



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – UFRJ
CENTRO DE FILOSOFIAS E CIENCIAS HUMANAS – CFCH
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO – ECO

A Retomada do Cinema Brasileiro
Políticas Públicas para a Área de Audiovisual

Eduardo Stefani Massa

Rio de Janeiro

2005

A Retomada do Cinema Brasileiro
Políticas Públicas para a Área de Audiovisual

Eduardo Stefani Massa

Monografia apresentada na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos pré-requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Orientador: Heloisa Buarque de Hollanda.

Rio de Janeiro

2005

A Retomada do Cinema Brasileiro
Políticas Públicas para a Área de Audiovisual

Eduardo Stefani Massa

Orientador: Prof^a Heloísa Buarque de Hollanda – UFRJ

Prof^a. Dr^a. Heloisa Buarque de Hollanda – UFRJ

Prof^a. Dr^a. Janice Caiafa - UFRJ

Prof^o. Dr. Maurício Lissovsky – UFRJ

Rio de Janeiro
2005

MASSA, Eduardo Stefani. A retomada do cinema brasileiro – políticas públicas para a área de audiovisual. Orientador: Heloisa Buarque de Hollanda. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2005. 50 folhas. Monografia (Graduação em Comunicação Social Habilitação em Jornalismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

RESUMO

O trabalho pretende analisar a produção cinematográfica brasileira no período conhecido como “retomada do cinema brasileiro”, que começa em 1995. Neste sentido, mapeamos e analisamos as políticas públicas de incentivo a produção, distribuição e exibição; o mercado audiovisual em tempos de globalização; as tendências e a estética das produções; e a influência da parceria com a televisão brasileira nos filmes atuais.

ABSTRACT

This paper intends to analyze the Brazilian cinematographical production in the period known as "Brazilian cinema retaken", which begins in 1995. As for that, we've mapped and analyzed the public politics of incentive to production, distribution and exhibition; the audiovisual market in times of globalization; the trends and aesthetics of the productions; and the influence of the partnership with Brazilian television on actual movies.

SUMÁRIO

	p.
1 - INTRODUÇÃO	6
2 - Economia e política audiovisual em tempos de globalização	10
2.1 - Indústria da cultura ou entretenimento?	11
2.2 - Embrafilme	16
2.3 - Lei do Audiovisual	19
2.4 - Agência Nacional do Cinema (Ancine) e o “choque de capitalismo”	23
3 - A Retomada do cinema brasileiro	27
3.1 - O início	28
3.2 - O Brasil globalizado	32
3.3 - O Brasil excluído	36
4 - Cinema e Televisão	40
4.1 - Cinema popular brasileiro	42
4.2 - Hiper-realidade brasileira	45
5 - Conclusão	48
6 - Referências	51

1 - Introdução

Assim como a literatura, o teatro e a música, o cinema é fundamental para a construção de uma identidade nacional. Cada país tem sua própria história, sua cultura e logo seu jeito único de fazer cinema. Assistir *As Coisas Simples da Vida* (Taiwan/ Japão - 2000), de Edward Yang, nos mostra um pouco da realidade atual do Japão, assim como podemos conhecer um pouco de Paris através dos filmes de Truffaut e um pouco de Nova York por Woody Allen. Pois qual é o cinema que representa o Brasil, qual é o perfil das produções realizadas no nosso país?

O Cinema brasileiro possui uma história rica, porém conturbada, entre crises e momentos de euforia cinematográfica. Vários movimentos e ciclos marcaram essa história, mostrando uma variedade de formas de se fazer cinema no Brasil, seja no âmbito estético ou de produção. A linguagem popular das Chanchadas; a Vera Cruz e uma tentativa de criação de uma indústria cinematográfica; os Cinemas Novo e Marginal; a era da Embrafilme. Todos ciclos e movimentos importantes para o cinema e a cultura nacional, influenciando gerações de cineastas e artistas. Pois esta monografia trata de uma fase específica e recente do cinema brasileiro, que vem gerando debates na mídia e merece ser devidamente analisada e documentada. É a fase do cinema brasileiro que começa em meados da década de 90, após o término do governo de Fernando Collor de Mello, e que foi denominada de “A Retomada do Cinema Brasileiro”.

O objetivo deste trabalho é traçar o panorama desses últimos dez anos de cinema brasileiro (1995-2005), e assim oferecer subsídios para avaliar o que foi positivo e o que deu errado nesse período, e indicar caminhos possíveis para que a retomada do cinema brasileiro não se transforme em apenas mais um ciclo efêmero de sucesso. Como as leis de incentivo fiscal ajudaram a promover a retomada da produção? Quais as suas falhas e que medidas podem ser tomadas para solucionar-las? Como a busca pela competitividade dentro e fora do Brasil tem afetado a qualidade das produções? Como fazer um cinema inteligente e criativo, que consiga atingir o público? Todas essas questões podem ser respondidas pela análise desse período de retomada do cinema brasileiro.

O Cinema da Retomada cresceu junto com a minha geração, que pode ver nos cinemas filmes reconquistarem o público nacional, como *Carlota Joaquina, Princesa do Brasil* (1995),

de Carla Camurati, que ultrapassou a marca de um milhão de espectadores; e outros que recuperaram o prestígio do cinema brasileiro no exterior, como *O Quatrilho* (1995), de Fábio Barreto, indicado ao Oscar de Melhor Filme Estrangeiro; entre outros que desempenharam um papel importante na reconstrução da produção nacional.

O próprio termo “retomada” ou “renascimento” deve-se basicamente a idéia de superação da crise no mercado de cinema no Brasil. Crise que começou na década de 80, quando o país passava por problemas econômicos graves que afetaram toda a indústria cinematográfica. Nesse período, centenas de salas de exibição foram fechadas, principalmente do interior, diminuindo drasticamente o público; a abertura do mercado e a decadência do modelo de incentivo à produção praticada pela Embrafilme, que teve seus recursos diminuídos devido à crise, agravaram o problema. Foram anos difíceis para o cinema brasileiro, que viu sua produção cair a quase zero após a extinção da Embrafilme.

A dependência do apoio governamental será o tema do primeiro capítulo deste trabalho. O modelo de gestão para a política cinematográfica implementada pela Embrafilme funcionou durante a década de 70 e no início dos anos 80, mas foi incapaz de manter um desenvolvimento sustentável para a indústria de cinema no Brasil. A retomada da produção em meados dos anos 90, deve muito à Lei de Audiovisual, promulgada em 93. As mudanças econômicas do novo mundo globalizado e as tendências neoliberais de abertura do mercado levam o governo a repensar as políticas públicas adotadas para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional. Como veremos ainda no primeiro capítulo, o modelo atual ainda parece preso ao sistema de gestão da Embrafilme, mas a mentalidade aos poucos parece mudar, com o governo acenando com novas formas de incentivo ao cinema brasileiro. Entre as preocupações atuais está a necessidade de estabelecer um processo de desenvolvimento sustentável no setor, através não só do aumento da produção, mas da qualidade e do alcance dos filmes, investindo na divulgação, exibição e distribuição.

Alcançar o mercado interno e externo parece também uma preocupação dos cineastas no período de retomada do cinema brasileiro, essa nova mentalidade será percebida nos filmes produzidos após 1995. O segundo capítulo analisa toda a produção cinematográfica nos primeiros anos de retomada. Os primeiros filmes da retomada buscam uma nova identidade pós-crise, e as produções são marcadas pela diversidade de temas, gêneros e linguagens. A globalização novamente se faz presente, seja na temática dos novos filmes, que buscam

personagens estrangeiros e buscam uma linguagem universal, ou nas estratégias de lançamento, que priorizam o mercado internacional. O cinema volta a ser reconhecido internacionalmente, recebendo quatro indicações ao Oscar de 1995 a 1998. Em oposição ao mundo globalizado o cinema passa também a dar atenção ao local e aos excluídos. Novos cineastas surgem, numa geração que tem como principal influência o próprio cinema nacional. É momento de homenagear o passado, com referências a movimentos do cinema brasileiro, como o cinema novo, as chanchadas e o cinema marginal.

No final da década, a busca do cinema nacional pela reconquista de seu espaço junto ao público ganha mais um aliado, a televisão. A entrada da Globo Filmes no mercado começa a mudar o perfil das produções, e dá início a uma era de grandes lançamentos, verdadeiros *blockbusters* nacionais. A presença da rede Globo no cinema nacional gera polêmica, a qualidade de muitas produções é criticada, assim como cresce o medo que o cinema nacional se torne uma extensão das tele-novelas. O fato é que o cinema brasileiro torna-se cada vez mais popular, e ao mesmo tempo cada vez mais excluído: a maior parte das produções continua sem espaço nas telas de cinema. A desigualdade entre a exposição das produções da Globo Filmes e as que não tem o apoio da produtora são grandes. Cineastas que começaram na produção de vídeos publicitários, como Fernando Meirelles, também ganham destaque. O terceiro capítulo mostrará o impacto da entrada da Globo Filmes no mercado cinematográfico, assim como a influência da linguagem televisiva e publicitária nos filmes da nova geração.

Para traçar o perfil da produção no período, o trabalho utiliza depoimentos e opiniões de pessoas que participaram do movimento: artistas, diretores e produtores. Nada mais justo do que dar espaço às pessoas que transformaram o cinema brasileiro nos últimos anos, e com certeza as opiniões enriquecem e são parte essencial do trabalho. Atualmente, quase todo material sobre o cinema da retomada constitui-se de alguns livros com entrevistas ou depoimentos que facilitaram o processo de pesquisa, como *O cinema da retomada*, de Lúcia Nagib, com depoimentos de 90 cineastas que filmaram na época; *Os cineastas*, de Roberto D'ávila, que entrevista diretores de quatro gerações diferentes que filmaram no período de retomada; e *O Cinema Brasileiro no Século XX*, organizado por Isabella de Souza, também de depoimentos. Os números de bilheteria e valores de produção foram todos tirados da página da Ancine na internet (www.ancine.com.br), que recentemente criou um banco de dados com informações sobre as produções entre 1995 e 2004, de estudos e relatórios da Secretaria de

Audiovisual entre 1995 e 2002, assim como do site da Filme B (www.filmeb.com.br), empresa especializada em números do mercado de cinema. Outro site importante para o trabalho foi o www.adorocinemabrasileiro.com.br, que contém informações sobre atores, diretores e filmes nacionais. Livros como *História do Cinema Brasileiro*, organizado por Fernão Ramos, e *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*, organizado por Fernão Ramos e Luiz Felipe Miranda, serviram como suporte para momentos em que o trabalho cita movimentos e ciclos anteriores a retomada. Para a análise das políticas públicas e mercado audiovisual, contribuíram o estudo de Eustáquio Reis, *Economia do Cinema Brasileiro*, artigos de Randal Johnson, autor de *The film industry in Brazil: Culture and the State*.

2 - Economia e política audiovisual em tempos de globalização.

Ao estudarmos o movimento de retomada do cinema nacional, percebemos que sua existência está ligada profundamente às ações governamentais de apoio ao cinema. Embora a crise na produção cinematográfica tenha começado na década de 80, e atingido não só o Brasil, seu ápice foi a extinção da Embrafilme (Empresa Brasileira de Filmes S.A.), criada na década de 70 para o fomento do cinema brasileiro. A superação da crise, evidenciada pelo crescimento da produção em meados da década de 90, também é tida como fruto do financiamento público, com a promulgação da Lei nº 8.685 (Lei do Audiovisual) e o Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro.

O próprio conceito de retomada é criticado por cineastas que filmaram durante o período. Alguns acreditam que este é só mais um ciclo de um mercado cinematográfico que vive de altos e baixos. É o caso de José Joffily, diretor de *Quem matou Pixote* (1996). “Creio que, para quem já é veterano, essa história de renascimento do cinema brasileiro já foi vista tantas vezes...” diz o cineasta, que porém ressalta a importância da exposição do movimento: “Não tenho nada contra esse termo (retomada) criado pela mídia...A questão audiovisual no Brasil passa a ser mais discutida, é uma questão estratégica no mundo de hoje”.¹

Certamente o consumo e a produção audiovisual tornaram-se a atividade cultural mais importante da atualidade, além da mais lucrativa. A indústria de audiovisual tem destaque na disseminação de informações, exercendo um papel estratégico no sistema de decisão da economia mundial. Além disso, o setor movimenta no Brasil, que está entre os oito maiores mercados audiovisuais do mundo, cerca de 10 bilhões de dólares por ano, entre cinema, vídeo e DVD, filme publicitário, TV aberta e por assinatura. Na perspectiva cultural é a maior fonte de informação e lazer, considerando o tempo que a população gasta por dia em média diante de um aparelho de televisão, que é cerca de quatro horas.²

A análise desses números pode levar a pensar que o cinema brasileiro é hoje independente do apoio governamental. Porém sabemos que isto está longe de ser verdade. De toda a receita da indústria audiovisual, estima-se que somente 6,5% sejam gastos com cinema, e mais de 80 % do total correspondam às Tvs aberta e paga, considerando a arrecadação

¹ JOFFILY. in: NAGIB, 2002, p. 236.

² REIS. Disponível em: www.minc.gov.br . Relatórios e Pesquisas. Acesso em 20: de fevereiro de 2005.

publicitária. Enquanto a televisão brasileira possui condições artísticas, técnicas e econômicas para se posicionar na vanguarda mundial, o cinema sofre com dificuldades na produção, distribuição e exibição de filmes, enfrentando ainda a concorrência da forte indústria cinematográfica americana. A força da televisão no Brasil já foi vista inclusive como uma barreira para o cinema nacional, já que o mesmo teria que lutar pela preferência do público. Atualmente vemos a importância da aliança TV/ Cinema, que ficou exposta após o sucesso do lançamento de o *Auto da Compadecida*, de Guel Arraes, produzido inicialmente como minissérie da TV Globo, e lançado nos cinemas em 2000. A parceria do cinema brasileiro com a televisão será tema do quarto capítulo.

Ainda frágil, a indústria cinematográfica brasileira é incapaz de existir sem o subsídio do governo. E foi esse apoio que em meados da década de 90 gerou o crescimento da indústria, através da Lei do Audiovisual. Porém a indústria continua longe de sua atividade ideal. A taxa de ocupação do mercado de exibição pelo produto nacional, que no início da década de 80 alcançou os 35%³, ainda é baixa, mantendo-se perto dos 25% nos últimos anos. A situação é ainda pior se levarmos em conta que boa parte destes filmes não são lançados em grande circuito e não alcançam o público em massa. No ano de 2002, quando a ocupação do mercado chegou a 27%, o público do cinema nacional correspondeu a apenas 8,28% do total.⁴

Como podemos ver o aumento da produção, embora importante, não leva necessariamente a conquista do público nacional. Vários outros fatores interferem, como a qualidade técnica do produto, as estratégias de marketing, a distribuição, os atores etc. Dado o primeiro passo de restabelecer a produção, o novo objetivo é atingir o público brasileiro e tornar o produto competitivo no mercado internacional. Resta saber o que tem sido feito pelos produtores e pelo governo para enfrentar este desafio.

2.1 - Indústria da cultura ou entretenimento?

Início da década de 90, a maior instituição de apoio ao cinema nacional fecha as portas. O mercado brasileiro se abre seguindo a tendência de liberalização econômica da época.

³ RAMOS, J. in: RAMOS, F, 1987. p. 412

⁴ Todos os números de público e produções entre 1990 e 2002 mencionados neste capítulo têm como fonte a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura

Incapaz de competir com a poderosa indústria de Hollywood, a já decadente produção cinematográfica brasileira chega ao seu pior momento, produzindo apenas sete filmes nos anos de 1992 e 1993. A crise faz despertar um debate sobre qual deve ser a postura da política cultural em tempos de globalização. O Brasil deveria de fato abrir suas portas para o livre comércio na área audiovisual?

A questão não é unicamente um problema nacional, como evidência Nestor García Canclini em seu livro *Consumidores e Cidadãos – Conflitos multiculturais da globalização*.

*Dezembro de 1993, em Bruxelas: as divergências sobre política cultural se tornaram pela primeira vez um assunto prioritário em um debate econômico internacional. A reunião do GATT, em que 117 países aprovaram a maior liberalização econômica da história, esteve a ponto de fracassar pelos desacordos em três áreas: agrícola, têxtil e audiovisual. Os conflitos nas duas primeiras se resolveram através de concessões mútuas entre os Estados Unidos e os governos europeus.*⁵

As divergências entre os países presentes acabaram obrigando a retirada do cinema e da televisão do acordo. Enquanto os Estados Unidos exigiam a livre circulação para os produtos audiovisuais, os governos europeus não abriam mão das medidas de defesa de seus meios de comunicação, principalmente o cinema. O problema advém das diferenças entre as visões dos países europeus e do Estados Unidos sobre o consumo de produtos audiovisuais, que refletem na maneira como são implementadas as políticas econômicas e culturais sobre o setor.

Na concepção norte-americana a produção cinematográfica deve ser encarada como um negócio. Para eles o consumo de um produto audiovisual é na essência igual ao consumo de qualquer outro bem econômico. Dessa forma o consumo deveria ser determinado exclusivamente pelas preferências do indivíduo a determinado produto, não cabendo qualquer intervenção ou restrição governamental. Essa visão se deve também ao poder financeiro da indústria cinematográfica de Hollywood. No caso europeu citado por Canclini, um ano antes da reunião do GATT, as produtoras americanas exportaram cerca de 4.600 milhões de dólares em filmes e programas de entretenimento, enquanto os europeus enviaram produtos aos Estados Unidos no valor de 250 milhões de dólares. A desigualdade gerou protestos de artistas e produtores em toda a Europa, que via seus filmes perdendo espaço e diminuindo o tempo de

⁵ CANCLINI, 1997, p.155-156.

exibição dentro de seus próprios países. No Brasil a disparidade também é grande: Em 1997, dois anos após a retomada da produção, as exportações no setor chegavam a 40 milhões, enquanto as importações foram de 606 milhões de dólares.⁶

Considerando a força do cinema dos EUA, percebemos que a livre concorrência, considerada ideal pelo ponto de vista americano, levaria a produção de cinema de países como o Brasil à bancarrota. Essa realidade mudou a opinião de muitos cineastas e produtores sobre que políticas culturais devem ser adotadas, caso de Bruno Barreto, diretor de *Dona Flor e seus dois maridos* (1976), maior sucesso de bilheteria brasileiro. Bruno conhece bem a indústria americana, na década de 90 dirigiu quatro filmes produzidos nos EUA, e mesmo seus filmes nacionais atingiram certo sucesso no exterior, caso de *O que é isso, companheiro?* (1997), indicado ao Oscar de melhor filme estrangeiro.

*Minha opinião é que o cinema brasileiro deveria ser completamente subsidiado. Já tive opinião completamente diferente dessa, achava que o cinema tinha que ser privatizado. Até dois anos atrás, pensei assim. Mas o fato é que não existe cinema nenhum no mundo que não seja subsidiado, a única indústria de cinema do mundo que não é subsidiada é a americana... Por que o Brasil deveria ser o segundo país depois dos EUA a viabilizar a indústria cinematográfica sem subsídio?*⁷

A opinião de Bruno seria repudiada no modelo economicista norte-americano, que entende o apoio governamental como concorrência desleal, mas se aproxima muito da visão adotada na maioria dos países europeus, que argumentam que os filmes não são apenas um bem comercial e sim uma atividade cultural, como a literatura, a música e o teatro. Assim o investimento governamental em cinema seria justificado como uma forma de auto-afirmação da língua e da cultura nacional, assim como sua difusão para outros países.

Ao tratar de temas nacionais e que envolvam a realidade, os problemas e o cotidiano do próprio país, o cinema coloca o espectador em uma posição de análise da própria sociedade, ajudando-o a conhecer melhor o seu país e estimulando a diversidade cultural. O cinema passa a ser considerado um forte aliado na formação de uma identidade nacional. Essa visão é compartilhada pela maioria dos cineastas brasileiros, como Walter Salles, que dirigiu um dos primeiros filmes da retomada, *Terra Estrangeira* (1995); e um dos maiores sucessos do

⁶ REIS. Disponível em: www.minc.gov.br . Relatórios e Pesquisas. Acesso em: 20 de fevereiro de 2005.

⁷ BARRETO, F. in: NAGIB, 2002, p. 96.

cinema nacional da década passada, *Central do Brasil* (1998), indicado ao Oscar de melhor filme estrangeiro e melhor atriz (Fernanda Montenegro).

*A questão do cinema e do audiovisual é, além disso, um problema geopolítico e cultural. Hoje, a produção de imagens reflete um país em movimento. Se a produção nacional cessasse, como aconteceu durante o caos gerado pelo desgoverno Collor, três perguntas essenciais ficariam praticamente sem resposta: quem somos, de onde viemos, para onde vamos? A questão do cinema é, portanto, primordialmente ligada à questão da discussão da identidade*⁸

Como podemos ver, essa concepção do consumo de cinema como atividade cultural não é uma particularidade da Europa. A maioria dos países produtores de cinema, como Canadá, Austrália e Brasil, se utiliza desta visão para guiar as políticas governamentais de incentivo à produção e consumo de filme e audiovisuais nacionais. A necessidade de proteger a cultura local fica ainda mais clara quando notamos a contradição do governo dos Estados Unidos, que prega o livre comércio fora de suas fronteiras mas protege o próprio mercado através da cláusula 301 da Lei do Comércio, que impõem restrições aos produtos culturais importados.⁹

Embora a proteção governamental ao cinema nacional seja apoiada por quase toda a classe cinematográfica, a forma como este apoio é exercido vem sendo discutida há anos no Brasil. Na história do cinema brasileiro podemos ver casos em que o investimento público gerou o desenvolvimento momentâneo do setor, mas não foi capaz de sustenta-lo. Além disso, como já foi dito anteriormente, o incentivo governamental a produção cinematográfica não leva necessariamente ao aumento do público nas salas de cinema. Temos um exemplo recente: em 2000 a taxa de lançamentos nacionais chegou a 18 %, e o número de ingressos vendidos correspondeu a quase 12% do total. Um ano depois a produção ocupou 24% do mercado, porém o público foi menor do que o de 2000, chegando a apenas 10% dos ingressos vendidos.

Em um estudo sobre economia da cultural encomendado pelo Ministério da Cultura (MinC), o autor Eustáquio Reis sugere que a produção de cultura “se dá simultaneamente ao ato de consumo”, dessa forma, “somente quando o espectador assiste ao audiovisual é que este se torna um bem cultural”.¹⁰ Este pensamento exprime uma forma de pensar as políticas

⁸ SALLES, W. In: AVILA. p. 218.

⁹ CANCLINI, 1997, p.157

¹⁰ REIS. Disponível em: www.minc.gov.br . Relatórios e Pesquisas. Acesso em: 20 de fevereiro de 2005.

cinematográficas que vem ganhando força atualmente, na medida que muitos filmes conseguem financiamento e são finalizados, mas nunca chegam a serem exibidos. Para os cineastas isso significa tempo e trabalho desperdiçados, para o governo significa desperdício do investimento.

Os incentivos às atividades audiovisuais deveriam ter como objetivo prioritário o consumo e não a produção de audiovisuais. Antes que o valor da produção ou o valor agregado nessas atividades, o que interessa incentivar é a quantidade consumida de audiovisuais medida pelo número de espectadores, tempo dedicado a essa atividade, ou qualquer outra dimensão relevante. Nessa perspectiva, é importante ter em mente que as receitas de produção e mesmo as despesas com consumo de audiovisuais interessam enquanto proxy para essas dimensões relevantes¹¹.

Considerar o consumo de audiovisuais como fator determinante para o investimento público pode gerar a velha polêmica sobre arte e consumo: seria possível manter a qualidade e originalidade ao mesmo tempo em que se preocupa com o lado comercial? É importante frisar que o autor não defende o incentivo financeiro só para projetos que possam dar retorno de público, embora isso seja desejável e deva ser perseguido, mas sim que o apoio governamental deveria ser voltado menos para a produção de filmes, que muitas vezes nunca chegam ao público, e mais a divulgação, distribuição e exibição. Assim o dinheiro governamental seria utilizado em projetos mais sólidos, acompanhando o filme desde sua produção à exibição, evitando a diluição do orçamento em projetos menores que acabam abandonados, sem condições de entrar no mercado.

Os cineastas da década de 70 já começavam a perceber a necessidade de aproximação do cinema com o público, porém as políticas culturais para o setor cinematográfico pouco evoluíram neste sentido, tendo sempre como foco o incentivo a produção. Dos tempos da Embrafilme até os dias atuais parece que as medidas governamentais para garantir que os filmes nacionais entrem no mercado se resumem ao falho sistema de cotas. Enquanto não houver uma política que garanta a qualidade técnica dos filmes e aumente sua capacidade de acesso ao público, o cinema brasileiro dependerá sempre de esporádicos surtos de criatividade, vivendo de ciclos de crescimento e retração sem conseguir alcançar um grau de desenvolvimento sustentável.

¹¹ REIS. Disponível em: www.minc.gov.br . Relatórios e Pesquisas. Acesso em 20: de fevereiro de 2005.

2.2 - Embrafilme

Em 1969 é criada a Empresa Brasileira de Filmes S.A. (Embrafilme). Criada em pleno governo militar, a empresa se torna a maior propulsora da produção cinematográfica nos anos 70 e 80, fase em que o cinema brasileiro vive seu melhor momento no aspecto comercial. Apesar do sucesso obtido na época, o modelo da Embrafilme acabou decadente e muito criticado. O fato é que até hoje as políticas públicas adotadas possuem basicamente o mesmo perfil de incentivo a produção da época, sofrendo com os mesmos problemas que acabaram por gerar a decadência do cinema brasileiro no final da década de 80.

O objetivo inicial da Embrafilme era captar os recursos obtidos através dos impostos pagos pela exploração de filmes estrangeiros no mercado nacional e investi-los no cinema brasileiro. Os resultado no início da época já eram expressivos, em 1971 o público total para o cinema nacional era de 28 milhões, o que significava quase 15% do total de ingressos vendidos. O número de ingressos vendidos manteve-se constante nos anos seguintes, mesmo com a queda do público para o cinema estrangeiro.¹²

O auge veio depois de 75, durante a gestão do Cineasta Roberto Farias. Neste ano acontece a reformulação da Embrafilme. A empresa recebe um aumento de capital e passa a ser além de financiadora, co-produtora e distribuidora de filmes. Além dos recursos adquiridos através dos impostos pagos sobre os lucros dos filmes estrangeiros a Embrafilme adiciona a sua receita a participação nos lucros dos filmes produzidos e distribuídos, além de parte da venda dos ingressos padronizados criados pela própria empresa para evitar fraudes. Com essas novas atribuições a participação da Embrafilme nas produções cresce, enquanto os filmes nacionais batem recordes de bilheteria. Em 1976, *Dona Flor e seus dois maridos*, de Bruno Barreto, alcançou a marca de 10 milhões de espectadores, que até hoje não foi obtida por nenhum outro filme brasileiro. Dois anos depois foram vendidos mais de 61 milhões de ingressos para filmes nacionais, estabelecendo um recorde de público para o cinema brasileiro em um ano.

O sucesso obtido acaba por mascarar as falhas do modelo Embrafilme em alcançar o seu objetivo de desenvolver a indústria cinematográfica brasileira. O instrumento legal para

¹² Todos os números de bilheteria da era Embrafilme podem ser encontrados no livro “*História do Cinema Brasileiro*”, organizado por Fernão Ramos.

levar o cinema brasileiro ao mercado exibidor, era a Lei da Obrigatoriedade que garantia a exibição de filmes nacionais, durante determinada quantidade de dias por ano. A fiscalização era feita pela própria Embrafilme e pelo Conselho Nacional do Cinema (CONCINE), criado em 1976 e que era responsável pela criação das normas cinematográficas. Nos primeiros anos, a ampliação do número de dias de exibição obrigatória nos cinemas coincidia com o aumento do número de ingressos vendidos, parecendo então ser suficiente para assegurar a exibição dos filmes nacionais. Em 1976 o número de dias obrigatórios passou de 84 para 112, enquanto o público nacional crescia 7% em relação ao ano anterior. Em 1978 essa cota passou para 133 dias, coincidindo com um aumento considerável de 21% do público para filmes brasileiros. O sistema de cotas só começou a demonstrar sua fragilidade a partir de 1979, quando o número de dias obrigatórios de exibição chegou ao seu ponto máximo, 140 por ano. O público para o cinema nacional entrou em declínio, acumulando seis anos seguidos de queda.

Os defensores do sistema de cotas acreditam que isso se deve a tendência de queda do público de cinema em geral, devido à crise instalada nos anos 80, mas a crise evidenciou os problemas gerados pelo sistema. Sentido o prejuízo causado pelo público decadente, os exibidores começaram a questionar a lei, como atesta o próprio Roberto Farias, presidente da Embrafilme de 1974 à 1979.

Naquela época, exibidores interessados no comércio de filmes estrangeiros ao perceberem que o cinema nacional ocuparia inexoravelmente o mercado, utilizaram-se de instrumentos jurídicos para contestar a Lei de Obrigatoriedade, argumentando que a delegação dada pelo Legislativo ao Executivo na figura do Conselho Nacional do Cinema para fixar por resolução o número de dias que cada cinema seria obrigado a exibir filmes nacionais era inconstitucional. O argumento usado nas liminares era que um Conselho não pode agir como se fosse o Congresso Nacional. Apesar da assessoria jurídica do CNC ganhar todos os recursos e de haver pronunciamento do Supremo a favor do cinema nacional, os mandados de segurança continuavam sendo impetrados, liminares sendo concedidas e exibidores descumprindo a Lei¹³.

A crise dos anos oitenta acertou em cheio o mercado exibidor. Em 1975 o número de salas de cinema no Brasil era superior a três mil. Dez anos depois esse número já tinha caído mais da metade, mostrando a retração no mercado. Embora a crise econômica e a tendência mundial de diminuição de público nos cinemas tenham sido motivos fortes para a retração, alguns creditam uma parcela da culpa à lei da obrigatoriedade.

¹³ FARIAS. Disponível em <http://www.cinemabrasil.org.br/rffarias/embrafil.doc>. Acessado em 20 de junho 2005

O sistema de quotas implantado no Brasil, diferentemente da experiência francesa, não contemplou o ressarcimento de eventuais prejuízos do exibidores. Uma consequência adversa disso foi, numa época em que a exibição já se encontrava premida pela concorrência da televisão, afastar mais o espectador das telas de cinema, nessa medida reduzindo os incentivos à expansão ou renovação das salas de exibição. Outra consequência foi incentivar os próprios exibidores a financiar e produzir pornochanchadas com baixos orçamentos para dessa forma apropriar da renda gerada pelo sistema de quotas. Os incentivos do sistema eram, portanto, distorcidos para a produção de filmes de baixa qualidade técnica e artística¹⁴.

Percebe-se que a obrigatoriedade de exibição dos filmes nacionais não assegura a presença do público nos cinemas, além de trazer consequências para o mercado exibidor, que não possui nenhuma compensação pelos prejuízos causados pelo fracasso de público. Uma das alternativas encontradas pelos exibidores foram as pornochanchadas, que corresponderam por grande parte do aumento da produção. Como ação isolada o sistema de cotas é ineficiente. O sucesso obtido na década de 70 só foi possível devido a mentalidade dos cineastas da época, que viram o cinema novo conquistar a crítica e ser esquecido pelo público. A preocupação em fazer filmes comerciais, o apoio financeiro e a certeza de exibição promoveram o crescimento do público da época.

O sistema de subsídio da Embrafilme também começa a ser criticado nos anos oitenta. O apoio preserva a produção de filmes nacionais, que se tornam cada vez mais deficitários, sem a mínima preocupação com o público, acreditando que a proteção do mercado seria suficiente para levar os espectadores às salas de cinema. Cada vez mais os recursos da Embrafilme são pulverizados em pequenos projetos, sem possibilidades comerciais.

A ausência de critérios nas concessões dos financiamentos e a falta de transparência das ações da empresa começam a levar a denúncias de favorecimento a artista e produtores com acesso às esferas de decisão, ou seja, corporativismo. A Embrafilme perde sua credibilidade e esvazia suas funções com a redemocratização do Brasil. No final da década de 80 a intervenção do estado na área da cultura parecia um resquício da ditadura, e na ânsia de livrar-se das amarras de uma época triste da história brasileira, as políticas culturais são abandonadas. Seguindo a tendência neoliberal, cada vez mais cresce a idéia de livre comércio na área cultural. No governo de Fernando Collor de Mello o Ministério da Cultura é rebaixado a Secretaria e vários órgãos culturais são extintos, entre eles a já decadente Embrafilme.

¹⁴ REIS. Disponível em: www.minc.gov.br . Relatórios e Pesquisas. Acesso em: 20 de fevereiro de 2005.

2.3 - Lei do Audiovisual

Após o fechamento da Embrafilme, o cinema brasileiro que já estava em crise entra em colapso. A produção chega a apenas três filmes por ano em 1992, e apenas um a mais no ano seguinte. O número de ingressos vendidos para filmes nacionais não passa de 1% do total. O cinema brasileiro mostra mais uma vez sua dependência do incentivo governamental. Em 1993 é promulgada a Lei nº 8.685, mais conhecida como lei do audiovisual, que aperfeiçoava leis anteriores de incentivo fiscal. No mesmo ano começaram as seleções para o Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro que contemplou 90 projetos (25 de curta, nove de média e 56 de longa metragem), com o rateio do capital da extinta Embrafilme. A indústria começou a sentir o efeito no ano de 1995, quando acontece um crescimento de quase 50% no número de lançamentos e um aumento de 1000% no número de ingressos vendidos, em relação ao ano anterior. A Lei do Audiovisual pode ser considerada então a propulsora do fenômeno conhecido como ‘Retomada do Cinema Brasileiro’.

O crescimento do público nos cinemas brasileiros continua até 2003, mas a eficiência da lei já começa a ser questionada. Embora a produção tenha crescido, os números ainda são baixos – nos quatro primeiros anos da retomada, foram produzidos apenas 83 filmes, número muito baixo se comparado com a produção das décadas anteriores, que possuíam uma média superior a esta por ano. O resultado é ainda pior quando percebemos que muitos filmes não conseguem entrar no mercado de exibição. Enquanto a taxa de ocupação do mercado cresce aceleradamente, o público do cinema nacional não acompanha satisfatoriamente, ou seja, a média de espectadores por lançamento caiu, mostrando a dificuldade dos filmes em atingir o público. A Prof. Lúcia Nagib, autora do livro *O Cinema da Retomada*, concluiu após entrevistar 90 cineastas que filmaram na época, que a lei como única forma de apoio é insuficiente.

*A maioria dos cineastas ouvidos concorda que a Lei do Audiovisual e as demais leis de incentivo fiscal foram saudáveis num momento crítico, em que a produção precisava de um tratamento emergencial. Mas é também opinião geral que a recuperação da produção não foi sustentada por sistemas eficazes de distribuição, divulgação e exibição, o que inviabilizou o estabelecimento efetivo de uma indústria cinematográfica no Brasil.*¹⁵

¹⁵ NAGIB, 2002, p. 18.

Os problemas são muito semelhantes aos gerados pelo modelo Embrafilme de gestão cinematográfica, embora por motivos diferentes. O apoio é exercido basicamente para a produção de filmes, pouco sendo feito pela sua exibição, distribuição e divulgação. O resultado é um aumento da produção de filmes que não conseguem entrar com força no mercado, seja pela ausência de salas disponíveis para exibição, ou simplesmente pelo desinteresse do público por um produto que não chama a sua atenção. Muitos filmes da retomada passaram simplesmente despercebidos pela população. A situação não agrada nem ao governo, que aplica seu dinheiro em projetos sem retorno tanto no ponto de vista econômico quanto cultural; nem aos cineastas que, embora sejam ao menos minimamente remunerados, não conseguem ver seus filmes atingirem seu objetivo, o público. Eliane Caffé, que dirigiu o filme *Kenoma* (1998), é um exemplo de descontentamento com a situação.

*Kenoma é exemplo de um problema que vivemos hoje em dia no Brasil, que é a questão da distribuição e exibição. O filme foi distribuído pela Riofilme, lançado com três cópias, em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. É uma loucura! São R\$ 1,7 milhão investidos num filme; eu passo três, quatro anos trabalhando, e o filme é lançado com três cópias num território enorme como o Brasil. É quase como enterra-lo num cemitério!*¹⁶

Com a retomada da produção, a questão da distribuição e exibição ficou ainda mais problemática. A falta de iniciativas para a exibição confina cada vez mais o cinema brasileiro a um gueto de exibição. Citada por Eliana Caffé, a Riofilme foi uma das poucas opções de distribuição de filmes durante a retomada. A empresa criada em 1992 foi responsável por 80 lançamentos de 1995 a 2004, além de outros projetos em parceria com outras distribuidoras¹⁷. Embora tenha trabalhado na distribuição de muitos filmes neste período, sua ineficiência é clara. O público total alcançado com seus filmes, que captaram mais de 70 milhões através da Lei do Audiovisual, não ultrapassou a marca de 2 milhões. Nenhuma outra distribuidora obteve média de filmes/público tão baixa. Os filmes continuam não conseguindo chegar ao grande circuito. A atual situação do cinema nacional é bem definida pelo cineasta Hector Babenco.

¹⁶ CAFÉ. In: NAGIB, 2002, p. 136 .

¹⁷ Dados da Ancine. Disponível em www.ancine.gov.br. Acesso em 15 de junho de 2005.

*O cinema brasileiro atual está nesse tripé: um roteiro para aprovar na lei, um captador e o Adhemar de Oliveira para exibir no Espaço Unibanco de Cinema. Só que o Adhemar não tem condições de dar vazão a todos os filmes. E você faz um produto industrial para passar em quatro cinemas? É uma distorção, um nonsense que tem que ser corrigido de alguma forma.*¹⁸

O fato é que a Lei de Audiovisual mantém o antigo foco na produção de filmes, área onde ela é mais eficaz, mas ainda possui falhas. As maiores críticas ao sistema de incentivo a produção da lei são quanto à falta de critérios econômicos ou artísticos para o credenciamento dos projetos aptos a captar recursos, e quanto a forma atual de captação dos recursos. Os dois problemas foram gerados pela tentativa de evitar a centralização das escolhas pelo estado promovida na era Embrafilme.

O liberalismo da Lei do Audiovisual quanto à escolha de quem está habilitado para captar recursos parecia interessante no primeiro momento. Além de fugir da idéia de corporativismo, marca das políticas da Embrafilme, o sistema incentivava o surgimento de novos cineastas. Entre 1994 e 2000 surgiram 55 novos diretores, número que José Álvaro Moisés, na época secretário do Audiovisual, considera “tão expressivo com aquele que deu origem à *Nouvelle Vague*, na França, nos anos 50”¹⁹. O problema é que a lei acabou habilitando profissionais inexperientes ou oportunistas. O resultado é que mais uma vez os recursos públicos acabam diluídos em um número excessivo de projetos que não se concretizam ou são relegados a um pequeno circuito. Essa forma de incentivo começa a desagradar cineastas mais experientes, que lutam para conquistar o mesmo dinheiro que diretores iniciantes. Segundo Eustáquio Reis, em seu estudo sobre economia do cinema, o problema impede o desenvolvimento da Lei.

*A concorrência pelos incentivos fiscais teria, assim, um caráter predatório. A curto prazo, por dificultar a realização de projetos rentáveis e, a longo prazo, por frustrar e desencorajar os investidores potenciais. Esse custos são praticamente inevitáveis em um sistema de mecenato financiado através da renúncia fiscal, e, portanto, com recursos públicos, no qual a decisão é feita de forma descentralizada pelo setor privado*²⁰

¹⁸ BABENCO. In: NAGIB, 2002, p. 81.

¹⁹ MOISÉS. Apud NAGIB, 2002, p. 14.

²⁰ REIS. Disponível em: www.minc.gov.br . Relatórios e Pesquisas. Acesso em: 20 de fevereiro de 2005.

O pesquisador Telmo Antonio Dinelli, compara a política cinematográfica atual com a da Embrafilme, e sugere que a falta de critérios nas concessões de incentivos levam ao descrédito do atual modelo de incentivo fiscal.

A desestatização da atividade pode fornecer pistas equivocadas sobre a continuidade ou não do investimento estatal no cinema, que se ampliou consideravelmente durante a década de noventa graças à renúncia fiscal praticada pelo Estado. Ao mesmo tempo em que persistia a lógica do subsídio a fundo perdido na atividade, sem contrapartidas ou exigência de algum retorno para a verba pública empregada na produção de filmes, a questão da opacidade ou da não aderência a princípios republicanos de transparência no gasto público mantinha uma incômoda linha de continuidade entre as práticas anteriores e aquelas praticadas durante o governo de Fernando Henrique Cardoso.²¹

O caso mais conhecido de mau uso do dinheiro público através da Lei do Audiovisual é o de Guilherme Fontes, que captou verbas para o maior orçamento do cinema brasileiro até hoje, o filme *Chato*, que até hoje continua inacabado. Para evitar esse problema as sugestões mais freqüentes giram em torno de uma avaliação mínima de currículos e qualificação profissional para conceder habilitações. Cineastas mais experientes poderiam captar mais recursos e cineastas iniciantes teriam incentivos menores para seus primeiros filmes, evitando gastos altos em projetos que podem não sair do papel.

A forma de captação de recursos através da renúncia fiscal também é muito criticada pelos cineastas. A dependência da atuação do setor privado para a seleção dos projetos é o problema mais citado. Para mais uma vez evitar as acusações de favorecimento, a decisão de que projeto financiar fica a cargo das empresas. Os diretores de marketing escolhem, assim, os projetos por critérios de ordem puramente comercial ou de interesse da empresa. O pior é que são pessoas desligadas do meio, gerando distorções em suas avaliações. O público fica esquecido mais uma vez. Paulo Thiago, diretor de *Policarpo Quaresma, herói do Brasil* (1998), explica bem a situação:

Se o dinheiro continua a ser dinheiro público, não há nenhum neoliberalismo nisso; só que em vez de ser o Estado a escolher os projetos, passa a ser o departamento de marketing das empresas. Isso leva conceitualmente a uma deformação, porque a tendência é produzir filmes que interessem aos departamentos de marketing.²²

²¹ DINELLI. Disponível em http://www.pucsp.br/neamp/artigos/artigo_33.htm. Acesso em 17 de junho de 2005.

²² THIAGO. In: NAGIB, 2002, p. 480.

Os patrocinadores acabam tendo o poder de vetar projetos, ou até interferir nos roteiros originais, promovendo a autocensura dos diretores que buscam o incentivo. O diretor chama atenção ainda para a falsa idéia de que as empresas estariam investindo no cinema brasileiro. Na verdade o dinheiro utilizado é público, pois seria utilizado para o pagamento de impostos. Além disso, grande parte dos investimentos partiu de empresas públicas, como a Petrobrás e o Banespa.

Embora apresente falhas, a Lei do Audiovisual foi um fator determinante para o processo de retomada da produção na década de 1990. Criada inicialmente para durar até 2003, a extinção da Lei foi adiada para 2006. Neste momento é importante avaliar seus pontos fortes e suas falhas, para aperfeiçoar as próximas leis de incentivo. Mais importante que isso é assegurar a criação de uma política pública mais abrangente para a área, que busque tirar os filmes brasileiros do gueto onde se encontram.

2.4 - Agência Nacional do Cinema (Ancine) e o “choque de capitalismo”

A Lei de Audiovisual como única forma de incentivo ao cinema já apresentava sinais de desgaste e desde a extinção da Embrafilme o Brasil não possuía um órgão próprio para promover o cinema nacional. Para resolver a situação foi criada, em 2002, a Agência Nacional do Cinema (Ancine).

A criação da Agência, embora não resolva de imediato os problemas do cinema nacional, significou um avanço no modelo de gestão pública para o setor audiovisual. Além de ter como meta o fomento da produção distribuição e exibição de filmes brasileiros, a Ancine retoma a regulamentação do mercado cinematográfico, assim como sua fiscalização. A medida serve para abrandar as denúncias de superfaturamento e má utilização dos recursos públicos, além da falta de transparência na utilização do dinheiro captado através da renúncia fiscal.

O segundo ano de existência da agência coincidiu com o melhor resultado de público após a retomada do cinema brasileiro. Foram 21.171.320 espectadores, que significa mais de 21% dos ingressos vendidos em 2003. Neste mesmo ano foram investidos R\$140 milhões, entre incentivos fiscais e recursos orçamentários, o que significa um aumento de R\$ 50 milhões em comparação ao orçamento médio de 1995 a 2002. O artigo terceiro da Lei de Audiovisual, que permite que as empresas de distribuição estrangeiras invistam parte de seus

impostos na distribuição de filmes brasileiros, e que quase não foi usado até 2002, passa a corresponder a 50% dos incentivos fiscais²³. Embora os resultados de 2003 sejam animadores, ainda é cedo para dizer a importância da agência para esses números, como deixa o diretor da instituição Manoel Rangel e o assessor do ministro da cultura, Sérgio Sá Leitão, no artigo *Da retomada ao choque de capitalismo* publicado no site do Ministério da Cultura.

*O resultado de 2003 não se explica exclusivamente por motivos estruturais. [...] O que houve em 2003 foi também uma rara sintonia entre a oferta de filmes nacionais e a demanda objetiva e subjetiva do público, combinada com um ano fraco para as produções hollywoodianas [...]. Ou seja: amparado nas bases geradas pelo modelo de fomento, e apesar dos obstáculos estruturais ainda existentes, o cinema brasileiro foi capaz de produzir e lançar filmes que atenderam ao gosto dos espectadores, com ênfase em temas e abordagens "realistas", aproveitando assim uma oportunidade de mercado.*²⁴

O ano de 2003 foi ótimo para o cinema nacional, mas avaliar a atuação da Ancine pelo aumento de público seria um erro. Grande parte do aumento de público nos últimos anos se deve a entrada da televisão no mercado cinematográfico, mais especificamente da Globofilmes. Uma análise mais detalhada era capaz de expor os velhos problemas, como é mostrado no mesmo artigo citado acima.

*[...] mesmo em meio ao sucesso, um sintoma de crise já se anunciava: mais de 20 filmes que estavam prontos não puderam ser lançados. Esta paradoxal crise de superprodução aponta para uma das distorções do modelo de financiamento ainda em vigor: a ênfase na produção, em detrimento dos demais elos da cadeia produtiva. Uma produção muitas vezes desvinculada do processo econômico que movimenta o conjunto do setor.*²⁵

A crise veio em 2004. Mesmo com o aumento de R\$ 20 milhões no investimento em relação ao ano anterior, a participação do público nacional no mercado caiu para 14,5%. A taxa ainda é maior do que as de 1995-2002, mas a queda em relação a 2003 é alarmante. O resultado de 2005 deve ser ainda pior, estima-se que chegue a apenas 10%. Para solucionar o problema o atual ministro da cultura, Gilberto Gil, defende que os filmes brasileiros devem ser pensados desde o princípio também como produtos para satisfazer o público e pagar-se, além

²³ LEITÃO; RANGEL. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/noticias/artigos/index.php?p=9758&more=1&c=1&pb=1>. Acesso em 19 de maio de 2005.

²⁴ Ibidem.

²⁵ Ibidem.

de bancar os próximos e dar retorno aos investidores, no que ele chama de “choque de capitalismo” no cinema nacional.

*A cadeia produtiva deve se remunerar na bilheteria, não com o investimento público. Este, por sua vez, deve ser um estímulo, não a única fonte de recursos, e deve chegar equilibradamente ao conjunto da atividade, nas formas de incentivo fiscal, como agora, e também de crédito barato, fundos públicos e prêmio de performance.*²⁶

A postura do ministro mostra uma mudança na forma de se pensar cinema no Brasil. Embora pouco tenha sido feito até o momento, e revigorante pensar que cada vez mais as políticas públicas se voltam para a construção de uma indústria cinematográfica no Brasil que não seja baseada apenas no incentivo à produção. Entre as propostas defendidas está a expansão do parque exibidor (93% das cidades do Brasil não têm salas de cinema); diminuir o custo dos ingressos; estruturar a relação com a televisão e ampliar o programa de exportação de filmes.

Conquistar o mercado externo é essencial para o desenvolvimento do cinema. Entre as propostas atuais da Ancine está a integração do mercado brasileiro aos demais mercados da América do Sul, além de estabelecer alianças entre a América Latina e a Europa. A ação remete ao início dos anos 90, quando a abertura do mercado, seguindo idéias neoliberais, gerou protestos em todo mundo e resultou em políticas públicas protecionistas para o setor de Audiovisual na Europa. Hoje percebemos que a globalização não pode significar o domínio da cultura americana sobre as outras. Entre as propostas para a integração é a ampliação de cotas de cinema para todo o mercosul. O ex-presidente da Embrafilme, Roberto Farias, defende um sistema de cotas semelhante ao adotado na França, que prevê 50% dos dias de exibição para filmes da EU, sendo 60% destes obrigatoriamente nacionais.²⁷

Outra proposta que vêm gerando debates no setor audiovisual é o projeto de transformação da Ancine em Ancinav (Agência Nacional do Cinema e Audiovisual). A aprovação do projeto ampliaria o poder da Ancine, que passaria a ser responsável pela regulação de todas as atividades audiovisuais. A polêmica em torno do projeto está pela regulamentação da televisão brasileira, setor acostumado às leis de mercado, e que se

²⁶ GIL diz que cinema brasileiro precisa de ‘choque de capitalismo’. **O Globo**, Rio de Janeiro, 30 de maio de 2005. Disponível em www.oglobo.com.br. Acesso em 30 de maio de 2005.

²⁷ FARIAS. Disponível em <http://www.cinemabrasil.org.br/rffarias/embrafil.doc>. Acessado em 20 de junho 2005

desenvolveu nesta base. Grande parte dos cineastas brasileiros já declararam apoio ao projeto, que ainda vêm sendo aperfeiçoado. Em 2004, o presidente Luís Inácio Lula da Silva recebeu um manifesto de apoio à criação da Ancinav, assinado por 349 cineastas e profissionais do setor. O presidente do Congresso Brasileiro de Cinema, Geraldo Moraes, explica a importância do projeto.

*O grande sentido da Ancinav é dotar o país de uma atividade audiovisual regulamentada, fiscalizada e voltada para a divulgação do conteúdo brasileiro em todos os meios conhecidos ou por serem instalados. Queremos evitar o absurdo que acontece hoje, quando somente 7% da população brasileira têm acesso a imagens através da exibição e a maior parte dos canais de televisão não apresentam produção nacional, ou muito raramente, e temos um tremendo potencial que não é aproveitado por falta de espaço*²⁸

A mudança de mentalidade do governo brasileiro em relação às políticas públicas no setor audiovisual mostra uma evolução em comparação com os modelos anteriores. Quando essas idéias transformarem-se em ações poderemos, quem sabe, ver o Brasil criar sua indústria cinematográfica.

²⁸ CINEASTAS entregam a Lula manifesto de apoio à Ancinav. O Globo, Rio de Janeiro, 29 de outubro de 2004. Disponível em www.oglobo.com.br. Acesso em 29 de outubro de 2004.

3 - A Retomada do cinema brasileiro

Os primeiros anos da década de 90 foram tristes para o Brasil. O primeiro presidente eleito pelo povo tornara-se a decepção nacional. A abertura do país acabou agravando a crise que já se instalava. No cinema essa conjuntura levou a produção cinematográfica a quase zero, sobrando alguns poucos filmes de resistência. Projetos de filmes eram arquivados e muitos cineastas migravam para a produção televisiva ou para o setor publicitário. A situação gerou até um protesto bem humorado, em forma de curta, de Murilo Salles e Sandra Werneck.

*Naquela época eu era muito amigo de Sandra Werneck, estava na casa dela quando ela veio com a idéia de fazer um filme sobre a situação do cinema depois do Collor. Eu disse a ela que achava aquela situação pornográfica. Daí surgiu a idéia de fazer o filme 'Pornografia', onde um casal fazia sexo explícito com o hino nacional tocando e um lettering denunciando o plano que o Collor e a Zélia tinham feito.*²⁹

O governo Collor acaba, o Prêmio Resgate e a Lei de Audiovisual começam a gerar recursos e os projetos arquivados começam a sair da gaveta. O resultado: O crescimento acelerado da produção de filmes no Brasil. Em 1995, ano tido como o início da 'retomada', as bilheterias voltam a prestigiar o produto nacional, com filmes como *O quatrilho*, de Bruno Barreto, e *Carlota Joaquina, Princesa do Brasil*, de Carla Camurati, que voltam a ultrapassar a marca de 1 milhão de espectadores.

Entre as conseqüências desta explosão de lançamentos está a variedade de estilos, gêneros e linguagens. O conceito de retomada do cinema é muito mais um fenômeno econômico do que um movimento cultural em torno de um ideal ou manifesto, como foi o cinema novo. Segundo Walter Lima Jr., esse fato parece incomodar alguns críticos.

*Tenho um grande fascínio pelo cinema de Glauber Rocha, faço uma crítica muito amorosa a esse cinema. [...] Mas o cinema de Glauber, pra mim, não é todo o cinema brasileiro [...] O que vejo é que se criou uma explicação simplória de todo esse fenômeno que aconteceu entre nós, e parece que, de tudo, o cinema de Glauber é o grande acerto [...] É preciso perceber que o cinema brasileiro já existia antes de Glauber e continua existindo depois dele, já existia antes de mim e já existia antes até de Humberto Mauro e continuou existindo depois.*³⁰

²⁹ SALLES, M. In: NICOLAS, 2004, p. 134

³⁰ LIMA JR. In: NAGIB, 2002, p 275.

O saudoso ator José Lewgoy era mais enfático: ' ' nunca houve movimento nenhum no cinema brasileiro, o que houve foi patota'³¹. O cinema da retomada não é exatamente de um grupo dominante de cineastas. A variedade é também um efeito das diferentes gerações de cineastas que filmaram durante o período. Diretores veteranos como Nelson Pereira dos Santos, Cacá Diegues , Walter Lima Jr e Neville d'Almeida, misturam-se com estreantes em longas como Rosane Svartman, Beto Brant e Carla Camurati. Ainda restam cineastas de gerações intermediárias, como Bruno Barreto, Walter Salles, Sérgio Bianchi e Murilo Salles. A democracia brasileira chega as telas, abrindo espaço para a produção de filmes de todos os estilos e gêneros.

Se tivesse que definir o cinema da década de 90 diria que é um cinema de redescoberta do Brasil. É um cinema que não esquece suas raízes – o cinema novo, as chanchadas, o cinema marginal – mas que busca uma cara nova. O cinema da retomada não se prende a estética ou formas antigas. A única coisa que herda de seus antecessores é o interesse em retratar o país. Pelas mãos desses cineastas o Brasil toma novas formas nas telas de cinema, do Rio boêmio ao sertão e as favelas.

3.1 - O início (1995)

O filme *Carlota Joaquina, Princesa do Brasil*, de Carla Camurati é sempre mencionado em artigos e revistas como marco inicial da retomada. O filme foi o primeiro a chamar a atenção do público e da mídia para o aumento de produção cinematográfica no meio da década de 90. E o tema não poderia ser outro: o Brasil.

O filme se passa na virada do século XVIII para o XIX e relata a vida da infanta espanhola Carlota Joaquina, da infância a sua vinda com dom João VI e a corte portuguesa para o Brasil, até o retorno de ambos para Portugal. Nos papéis principais, dois atores consagrados: Marieta Severo, como Carlota; e Marco Nanini, como dom João VI. O ator ganhou muitos elogios de Carla – “se tivesse que escolher não trocava Nanini por De Niro”³². Toda a história é contada de uma forma bem humorada, num tom farsesco, que rendeu ao filme muitas comparações às antigas chanchadas, além de muita polêmica. “Não é um filme

³¹ LEWGOY. Apud RODRIGUES, 2001.

³² CAMURATI. In: NAGIB, 2002, p. 146.

em cima do muro, é um filme que toma um partido, que tem uma visão sobre o contexto ali apresentado”³³, diz a diretora. A família real brasileira não compartilhou com a visão de Carla Camurati, e criticou a forma debochada como foram mostrados personagens históricos. “Como sátira é ótimo. Como história é zero”, bradava à época dom João de Orleans e Bragança, tataraneto de dom João VI. As críticas à qualidade do filme eram ofuscadas pela euforia de rever novamente um filme brasileiro conquistando as telas e se espalhando pelo Brasil.

A produção e filmagens aconteceram entre os anos de 1992 e 1994, e um fato curioso é que, apesar de ser um marco da retomada, a produção foi feita sem o auxílio da Lei de Audiovisual. Foram gastos no projeto cerca de R\$ 500 mil, sendo que somente R\$ 100 mil vieram de dinheiro público, através do Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro. As filmagens foram espaçadas, de acordo com as verbas que recebia.

*O ‘Carlota Joaquina’ não tem lei nenhuma, foi absolutamente patrocinado com dinheiro de marketing das empresas. É engraçado que, apesar de ter sido pouco dinheiro, foi uma atitude super corajosa das empresas, porque era um momento em que não se estava investindo em cinema. Ele está associado à retomada do cinema brasileiro, muito mais pela reação dele com o público. O legal é que seu sucesso comprova que uma empresa pode investir, num filme que pode ser eterno, dinheiro que seria jogado num anúncio de revista semanal.*³⁴

O baixo investimento é um marco dos primeiros filmes da retomada, como *O Quatrilho*, de Fábio Barreto e *Terra Estrangeira*, de Walter Salles. Os três filmes obtiveram retorno financeiro nas bilheterias: *Carlota Joaquina* arrecadou mais de R\$ 6 milhões, com cerca de 1,2 milhões de espectadores; *Terra Estrangeira* captou R\$ 180 mil através da Lei de Audiovisual e arrecadou R\$ 500 mil. *O Quatrilho* foi uma produção um pouco mais cara, que se tornaria uma tendência nos anos seguintes, mas ainda assim obteve um bom lucro, com R\$ 1,1 milhão gastos para R\$ 4,5 milhões de arrecadação.³⁵

A trajetória de *Carlota Joaquina* nas salas de exibição foi bem incomum. O filme foi lançado em poucas salas, enquanto a diretora trabalhava a divulgação, levando o filme de

³³ CAMURATI. In: NAGIB, 2002, p. 146.

³⁴ CAMURATI, M. In: NICOLAS, 2004, p. 135

³⁵ Todos os números mencionados neste capítulo têm como fonte a Ancine e estão disponíveis no site www.ancine.gov.br.

cidade em cidade. O produtor Flávio Tambellini explica – “o importante é ter a mídia adequada a ele, achar um mecanismo certo de levar esse público ao cinema, por que, hoje, em geral, se o filme não é um evento não funciona”³⁶. A estratégia foi um sucesso e o filme ficou um ano em cartaz.

*Lançar um filme é como soltar papagaio, não adianta dar muita linha se não há vento. Há que se ter a proporção exata de cópias e tempo previsto de exibição, senão se acaba com o filme. Não há nada pior do que o filme ter que sair de cartaz. Como é uma relação comercial, é necessário encher as salas que estão sendo ocupadas; se essa tensão afrouxar, não se faz a média do cinema e o filme sai*³⁷.

Do tom farsesco e caricata de *Carlota Joaquina*, passamos ao realismo de Walter Salles em *Terra Estrangeira*, co-dirigido por Daniela Thomas. O filme é o primeiro longametragem de sucesso de Walter Salles, que se tornou um dos maiores cineastas brasileiros da atualidade, dirigindo os elogiados *Central do Brasil* (1998); *O primeiro dia* (1999), novamente ao lado de Daniela Thomas; *Abril Despedaçado* (2001); e *Diários de Motocicleta* (2004).

Terra Estrangeira é um retrato quase documental da geração que viveu a crise provocada pelo plano econômico do governo Collor, e deixou de ter oportunidades dentro do seu próprio país, buscando alternativas fora dele. A história é contada através de Paco (Fernando Alves Pinto), jovem estudante paulista que decide deixar o Brasil depois da morte da sua mãe e o fim de seu sonho de ser ator. Para isso aceita levar um objeto contrabandeado para Lisboa, onde se apaixona por Alex (Fernanda Torres) e enfrenta as dificuldades de um imigrante em uma terra desconhecida e inóspita, como explica o diretor.

*Ao chegar lá fora, a visão romantizada do estrangeiro é quebrada pela descoberta de uma recusa do pai colonizador em relação ao filho que lá chega pela primeira vez. É um filme sobre a perda da mãe e a recusa de filiação por parte de pai. Daí decorre a crise de identidade que as personagens vivenciam*³⁸

Filmado em pouco mais de quatro semanas, em três continentes, o filme chama a atenção para as contradições de um mundo cada vez mais integrado e ao mesmo tão

³⁶ TAMBELLINI. In: NICOLAS, 2004, p. 136.

³⁷ CAMURATI. In: NAGIB, 2002, p. 149.

³⁸ SALLES, W. In: NAGIB, 2002, p. 418-419.

excludente. É uma visão crítica à globalização, que acabaria por influenciar a produção cinematográfica da retomada.

A parceria de Walter Salles com Daniela Thomas, que trabalhou mais de dez anos com teatro, gerou uma nova forma de direção de atores para o cinema. Daniela propôs ensaiar todo o filme antes de filmar, o que contribuiu com a dinâmica das filmagens.

*Em Portugal, houve uma resistência inicial dos atores, mas eles acabaram ensaiando também. As filmagens lá foram muito tranqüilas, [...] A equipe era pequena e eles ficaram impressionados com a rapidez das filmagens, pelo fato de termos ensaiado muito e de Walter Salles ser a pessoa mais concentrada e mais eficiente em um set que conheço. Os atores chegavam para filmar com as cenas ensaiadas e só precisavam se adequar à geografia da locação.*³⁹

Terra estrangeira já apresenta os elementos que vão nortear as produções de Walter Salles: O Neo-realismo italiano, na primeira parte; os filmes de Wenders, quando o filme ganha a estrada; o cinema novo, pelo desejo de falar da identidade brasileira; e os filmes de Antonioni, quando exercita o silêncio como forma de expressão.

O outro grande sucesso do ano foi *O quatrilho*, de Fábio Barreto. Baseado no romance homônimo do escritor gaúcho José Clemente Pozenato, o filme exibiu uma nova vertente do cinema da retomada, baseada na teledramaturgia e apostando em atores reconhecidos por seus trabalhos na televisão brasileira para conquistar o público.

O filme se passa no início do século XX, em uma comunidade rural compostas por imigrantes italianos, no Rio Grande do Sul. Dois casais decidem morar juntos para enfrentar as dificuldades da vida, até que a esposa de um casal decide fugir com o marido da outra, vivendo um romance proibido. Abandonados em uma situação constrangedora, seus parceiros acabam também iniciando um romance. O elenco é encabeçado por Patrícia Pilar e Glória Pires

Apesar das críticas a qualidade e ao apelo comercial do filme, que usa uma linguagem semelhante a das novelas brasileiras, o filme obteve um grande sucesso internacional, sendo indicado ao Oscar de melhor filme estrangeiro, coisa que não acontecia desde 1963, com o

³⁹ THOMAS. In: NAGIB, 2002, p. 486.

Pagador de Promessas. ‘Eu sou um cineasta de *mainstream*, de grande público’⁴⁰, confessa Fábio Barreto.

*O preconceito que muita gente tem contra o cinema narrativo, eu deveria confessar que tenho contra o cinema de ruptura de linguagem, o cinema chamado ‘de autor’. Acho que muita gente não sabe fazer e se esconde atrás do ‘pseudocinema de autor’, porque não consegue se comunicar, não tem segurança do que faz.*⁴¹

Para conquistar a indicação ao Oscar, o diretor trabalhou toda a divulgação do filme no exterior, com anúncios em revistas especializadas e chamadas em grandes redes da televisão aberta americana. Enquanto *Carlota Joaquina* pode ser considerado o início da reconquista do público interno, *O quatrilho* começou a recuperação do prestígio internacional do cinema brasileiro.

3.2 - O Brasil globalizado

Como vimos anteriormente, a globalização teve um papel fundamental na crise da produção cinematográfica no início da década. Com o início do governo Fernando Henrique Cardoso, o controle da inflação e a paridade do dólar com o real, a globalização voltará a influenciar o novo cinema brasileiro. No campo econômico e seguindo as tendências neoliberais, o cinema brasileiro demonstra a preocupação em tornar-se rentável, através da conquista do público interno e a tentativa de alcançar o mercado externo. Esse pensamento começa a mudar as estratégias de lançamento e de divulgação dos filmes nacionais, que muitas vezes são lançados em festivais no exterior antes de chegarem ao Brasil. Quanto a estética, os filmes parecem se aproximar cada vez mais dos padrões de linguagem do cinema hollywoodiano, produzindo filmes que parecem ser voltados para espectadores de todo mundo. O número de co-produções entre países aumenta, entre outras formas de internacionalizar as produções.⁴²

⁴⁰ BARRETO, B. In: NAGIB, 2002, p. 93.

⁴¹ Ibidem.

⁴² JOHNSON. Disponível em http://www.brasilemb.org/profile_brazil/brasil_ejournal_randal.shtml. Acesso em 19 de junho de 2005.

Os primeiros filmes da retomada já demonstram esta presença da globalização na forma como são tratadas as narrativas. Em *Carlota Joaquina*, toda a história é contada através de uma menina que escuta a narração feita, em inglês, por um escocês. *Terra Estrangeira* é um retrato da geração que sofreu com o início da globalização nos anos 90, além de contar em seu elenco com um grande número de atores portugueses e ser rodado em três continentes. *O Quatrilho* foi a primeira produção a dar ênfase na divulgação fora do Brasil, além de contar a história de imigrantes italianos.

Nos anos seguintes a presença se torna ainda mais forte, e é fácil achar exemplos: *O monge e a filha do Carrasco* (1996), de Walter Lima Jr; *Jenipapo* (1996), de Monique Gardenberg; *Como Nascem os Anjos* (1996), de Murilo Salles; *Navalha na Carne* (1997), de Neville D'almeida; *O que é isso Companheiro?* (1997), de Bruno Barreto; e *Bella Donna* (1998), de Fábio Barreto.

As novas relações com o mercado externo geram situações inusitadas, como o filme *O monge e a filha do Carrasco* (*The monk and the hangman's daughter*), co-produção Brasil/EUA. Apesar de ser rodado no Brasil, com atores nacionais, o filme é todo falado em inglês - exigência do produtor americano, um banqueiro rico que convidou Walter Lima Jr. para dirigir seu filme, fato raro no cinema brasileiro. O diretor recebeu o roteiro em inglês, "Incompreensível, pois havia sido escrita por um dos financiadores", adaptou e lançou o filme. Quanto a contradição sobre o texto em inglês, Walter Lima Jr. explica: "O roteiro estava em inglês, porque se tratava de um filme americano a ser feito no Brasil, ou seja, não seria um filme brasileiro, mas feito com dinheiro americano e com uma fachada de filme brasileiro".⁴³

O interesse em internacionalizar as produções foi responsável ainda por filmes constrangedores, como *Jenipapo*, de Monique Gardenberg. A produção trata de um tema atual, a questão agrária e os sem-terra, mas através de um jornalista norte-americano e um padre estrangeiro que defende os necessitados no interior da Bahia. O resultado é um filme que trata problemas graves do terceiro mundo sob a perspectiva do primeiro mundo, num filme falado quase todo em inglês. O filme foi apresentado em festivais no exterior, antes de ser lançado no mercado brasileiro.

⁴³ LIMA JR. In: NAGIB, 2002, p. 274.

Em *Navalha da Carne*, adaptação cinematográfica de Neville D'almeida para o texto de Plínio Marcos, o diretor convidou o ator cubano Jorge Perogoria para viver o gigolô Vado. Para participar o ator teve que se adaptar ao Brasil, fazer aulas de português e andar na praia, porque chegou ao país “gordo e muito branco” segundo o diretor – “escolhi um ator de renome internacional para valorizar o filme e justamente essa escolha foi duramente criticada pela mídia”.⁴⁴

A busca por personagens e atores aumenta consideravelmente nesses anos. A tentativa de alcançar o mercado externo também gera um novo modelo de produção, com altos investimentos na parte técnica. A indústria cinematográfica cresce cada vez mais voltada para o mercado. O problema é que ao tentar copiar um modelo americano de produção, o cinema brasileiro esquece a qualidade de seu produto. O resultado é o inchaço do orçamento, fracassos de bilheteria e crítica no Brasil que não se vê representado nas telas, dificuldades para competir no mercado externo dominado pelo cinema americano e prejuízos notórios. O maior exemplo deste tipo de produção é o filme *Bela Donna*, de Fábio Barreto. Após o sucesso de seu último filme nos Estados Unidos, o diretor aposta mais uma vez no mercado externo, chamando a atriz canadense Natasha Henstridge para fazer par com Eduardo Moscovis. O filme conta a história de um engenheiro americano, que vem trabalhar no Ceará acompanhado de sua esposa Donna (Natasha), que acaba se apaixonando pelo pescador Nô (Moscovis). O filme custou cerca de R\$ 5 milhões e foi um fracasso de bilheteria, não chegando a fazer 100 mil espectadores no Brasil, além de ser massacrado pela crítica, que apontou como único interesse possível no filme as lindas praias do Ceará e os nus dos dois protagonistas.

O grande sucesso dessa tentativa de conquistar o público externo ficou por conta de Bruno Barreto, com *O que é isso Companheiro*. A produção, que custou R\$ 4,5 milhões de reais, não chegou aos 500 mil espectadores no Brasil, mas alcançou o reconhecimento internacional, sendo o segundo filme da retomada indicado ao Oscar de melhor filme estrangeiro.

O que é isso companheiro? é baseado no livro de Fernando Gabeira, que conta a história de um grupo de jovens que decidem seqüestrar um embaixador americano no Brasil em plena ditadura militar, como forma de pressionar o governo a atender suas exigências. No

⁴⁴ ALMEIDA. In: NAGIB, 2002, p. 36

elenco, atores consagrados como Fernanda Torres, Pedro Cardoso, Luis Fernando Guimarães e Fernanda Montenegro, além de outros que marcariam presença nos próximos anos, como Selton Melo e Matheus Natchergaele. Apesar da indicação para o Oscar, o filme foi muito criticado no Brasil por não dar ênfase ao lado político da trama (a ditadura militar) voltada mais para a ação. Bruno Barreto claramente seguia uma estética mais próxima do cinema americano, com poucas inovações, num filme que não compromete, mas também não causa o impacto esperado, o que se refletiu nas bilheteiras.

*É difícil falar sobre o reconhecimento do meu trabalho. É claro que eu gostaria de ser mais respeitado no Brasil, mas não sei se também não sou [...] Talvez eu seja mais respeitado lá nos EUA, é verdade, sempre fui, aliás, mesmo antes de sair daqui. Acho que nenhum cineasta brasileiro teve tantos filmes exibidos nos EUA como eu.*⁴⁵

Em contraponto as produções que buscam temas globais, alguns cineastas voltam sua atenção para o local, em filmes muito mais despretensiosos e com orçamentos mais baratos. No Rio de Janeiro, dois filmes exemplificam essa busca do local: *O homem nu* (1997), de Hugo Carvana; e *Como ser solteiro?* (1998), de Rosane Svartman.

O filme de Hugo Carvana é uma comédia, baseada no conto *A nudez da verdade*, de Fernando Sabino. *O homem nu* conta a saga de um escritor que percorre a cidade do Rio de Janeiro, após ficar preso do lado de fora da casa onde dormia, completamente nu. Para o papel principal, o diretor chamou o veterano ator Cláudio Marzo, que inicialmente estranhou o convite. “A primeira coisa que ele falou foi – To muito velho, bicho, ce já me viu nu?”, conta Carvana. Para adaptar o roteiro o diretor contou com a ajuda do próprio Fernando Sabino: “Sugeri a ele que transformássemos a cidade em personagem da ação. Foi esse trabalho que o Sabino fez”. A linguagem popular adotada no filme é defendida por Hugo Carvana como única forma de resistência ao domínio estrangeiro, “mesmo que não seja comédia, mas filme popular”.⁴⁶

Em *Como ser solteiro?* a presença marcante da cidade inicialmente estava até no nome, que deveria ser *Como ser solteiro no Rio de Janeiro?*, mas foi mudado a pedido do pessoal do lançamento, que teve problemas para colocar um nome tão grande no cartaz. “Eu mesma

⁴⁵ BARRETO, B. In: NAGIB, 2002, p. 93.

⁴⁶ CARVANA. Disponível em <http://www.highway.com.br/ohomemnu/HCarvana.htm>. Acesso em 19 de junho de 2005.

tomei um susto com a dimensão que o Rio de Janeiro adquiriu no filme, quando vi pronto”⁴⁷, admite Rosane Svartman. A comédia conta a história de um jornalista tímido que procura a ajuda de um amigo mulherengo para conseguir dicas de como conquistar as mulheres. Sobre a busca de uma narrativa focada no local a diretora explica:

*Se você fala de um determinado lugar, você fala para todo mundo; se você fala de todo mundo, você não fala para ninguém. Acho bacana ‘Baile Perfumado’ ser em Pernambuco, ou ‘Anahy de las Misiones’ ser no sul. E achei bacana meu filme ter essa cara de Rio de Janeiro e ser sincero com isso*⁴⁸.

As comédias românticas e os filmes que buscam o local ganham forças nos anos seguintes. A busca comercial pelo mercado externo não deixa de existir, mas os temas e personagens estrangeiros perdem força em frente ao fracasso das produções nas bilheterias, no Brasil e no exterior. O Brasil volta a olhar para dentro.

3.3 - O Brasil excluído

O Brasil globalizado parece não interessar o público brasileiro, nem conseguir o desejado espaço no mercado externo, com exceção dos filmes dos irmãos Barreto. As comédias urbanas de classe média também esquecem um Brasil que continua a margem do processo de globalização. Alguns cineastas começam a olhar para esse país de exclusão social, para a periferia, a violência urbana, as favelas, o sertão. Temas estes que eram muito explorados pelo cinema novo e voltam as telas com uma linguagem nova, em filmes como *Guerra de Canudos* (1997), de Sérgio Resende; *O Cangaceiro* (1997), de Aníbal Massaini; *Central do Brasil* (1998), de Walter Salles; e *Orfeu* (1999), do veterano Cacá Diegues.

Embora a influência do cinema novo esteja presente nos filmes da retomada, as semelhanças entre os dois momentos do cinema brasileiro são muito pequenas. As propostas políticas, fundamentais para a sobrevivência da ideologia do cinema novo, não estão presentes no cinema da retomada. A preocupação com a identidade nacional volta a ser o núcleo dos filmes da retomada, mas os problemas sociais expostos pelos cinemanovistas são substituídos

⁴⁷ SVARTMAN. In: NAGIB, 2002, p. 466.

⁴⁸ Ibidem.

pelos dramas individuais e a estética da fome dá lugar a um novo modelo, que a pesquisadora Ivana Bentes batizou de ‘Cosmética da Fome’⁴⁹, numa referência clara a tendência comercial dos novos filmes. Enquanto o cinema novo falhou ao não atingir o público brasileiro, o cinema da retomada busca ser mais popular. Cacá Diegues é um exemplo desta mudança de mentalidade. Assim como no cinema novo, houve erros e acertos.

Guerra de Canudos é uma adaptação do romance *Os sertões* de Euclides da Cunha. O filme conta a história do movimento liderado por Antônio Conselheiro no sertão da Bahia, que acaba sendo abafado pelo exército da recém instalada república, em 1897. A produção foi uma das mais caras da época, custando cerca de R\$ 6 milhões e foi a primeira grande experiência da rede globo (no momento a Globo Filmes não passava de um projeto). A influência pode ser visto na construção do filme: atores consagrados como José Wilker, Claudia Abreu, Paulo Betti e Marieta Severo; uma narrativa de épico televisivo (a produção acabou sendo levada à televisão, numa minissérie de quatro capítulos). Ivana Bentes ataca: ‘O sertão torna-se então palco e museu a ser ‘resgatado’ na linha de um cinema histórico-espetacular, ‘foclore-mundo’ pronto para ser consumido por qualquer audiência’⁵⁰. Sérgio Resende se defende, dizendo que as pessoas assistem ao filme com preconceito, por ser uma produção cara, e também ataca os críticos:

*Acho que parte da crítica brasileira é fascista. Ela quer eliminar um certo tipo de filme, tal como nazistas faziam com os judeus. E, ao mesmo tempo, é curioso: essas mesmas pessoas com visão estreita do presente transformam em ‘cult’ coisas do passado. É o mesmo tipo de crítica que dizia que a chanchada era um horror e envergonhava o Brasil. Aí, passaram-se 30 anos e a chanchada virou ‘cult’ e o oscarito, o maior do mundo*⁵¹.

Guerra de Canudos não chegou a ser um fracasso de público, mas não arrecadou metade do seu custo de produção nas bilheterias. No entanto a exposição na televisão gerou uma nova forma de arrecadação sem custos adicionais para o produto, e viria a se tornar uma tendência nos anos seguintes. O sertão de Sérgio Resende é um cenário para um espetáculo

⁴⁹ BENTES. Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 8 de julho de 2001. Disponível em http://jbonline.terra.com.br/destaques/glauber/glaub_arquivo4.html. Acesso em 20 de junho de 2005.

⁵⁰ Ibidem.

⁵¹ REZENDE. In: NAGIB, 2002, p. 384.

épico, marcando a presença do popular nas produções da época, mesmo ao tratar de temas de exclusão e violência.

O diretor Aníbal Massaini, que dirigiu a refilmagem de *O cangaceiro*, original de Lima Barreto, não tem medo de declarar abertamente sua despreensão – “optei por realizar uma versão predominantemente de ação e aventura em vez de uma mais pessoal”⁵². Apesar da linguagem dinâmica buscada pelo diretor ao retratar o cangaço, o filme não obteve o sucesso esperado. O tema ainda é revistado por Paulo Caldas e Lírio Ferreira, em *Baile perfumado* (1997) produção bem mais barata, mas que trazia um Lampião pop, perseguido pela câmera de Benjamin Abrahão, num filme que traz as únicas imagens do cangaceiro ainda vivo.

Central do Brasil, de Walter Salles, acabou marcando o auge do cinema da retomada. O filme voltou a ultrapassar a marca de 1 milhão de espectadores, foi indicado ao Oscar em duas categorias (melhor filme estrangeiro e melhor atriz, para Fernanda Montenegro) e ainda foi bem recebido pela crítica no Brasil e no exterior. Muitos consideram *Central do Brasil* como o principal representante do cinema da retomada, caso do ator Matheus Nachtergaele.

*Apesar de ‘O que é isso, companheiro?’ também ter estado no Oscar, acho que ‘Central do Brasil’, além de ser o filme que efetivamente abriu as portas do mundo para nosso cinema da retomada, é um pouco o filme que nos representa. Antes o cinema novo é que era a cara que nosso cinema tinha lá fora e depois de ‘Central’ foi meio: ‘ah, é isso que eles fazem agora.’*⁵³

Novamente surge a comparação com o cinema novo, mas o que torna *Central do Brasil* tão representativo do Brasil? O filme conta a história de Josué (Vinícius de Oliveira), menino que vê a sua mãe morrer atropelada, e busca a ajuda de Dora (Fernanda Montenegro), mulher que escreve cartas para analfabetos na estação Central do Brasil, no Rio de Janeiro. Juntos eles partem para uma jornada pelo Brasil, em busca do pai do garoto. “O filme fala sobre a procura de raízes eminentemente brasileiras” diz Walter Salles, e continua:

Central do Brasil é um microcosmo daquilo que acontece no país. É por isso que o filme começa na própria estação ferroviária, com desejo de mostrar um país sem maquiagem, sem véus, com todas suas mazelas. A partir do momento em que o filme ganha a estrada, à

⁵² MASSAINI. In: NAGIB, 2002, p. 298.

⁵³ NACHTERGAELE. In: NICOLAS, 2004, p. 140.

*procura de uma inocência perdida, o Brasil deixa de ser aquele da Central do Brasil, há possibilidade de redenção e mudança.*⁵⁴

Assim como no cinema novo, existe uma preocupação em mostra o Brasil real, da exclusão social, da pobreza, cinismo e injustiça. “Quando se tenta mergulhar para dentro do país, estamos fazendo de alguma forma uma homenagem ao Cinema Novo”⁵⁵, explica o diretor. Porém, o país é retratado de uma forma diferente da época, é muito mais humano, cheio de esperança, bem diferente da estética da fome de Glauber Rocha. Ivana Bentes, que organizou um livro sobre o principal personagem do cinema novo, *Glauber Rocha: cartas ao mundo*, compara os dois momentos.

*Apesar do diálogo com toda uma tradição do Cinema Novo, o transe do personagem de Dora (Fernanda Montenegro) na procissão com a câmera girando, as filmagens em Milagres e Vitória da Conquista, "turismo" cinéfilo no mesmo sertão glauberiano, e o lado "documental" da ficção levam Central do Brasil a se diferenciar por retratar não o sertão violento e insuportável do Cinema Novo, mas um sertão lúdico, rude, porém inocente e puro, como os irmãos que acolhem o menino Josué*⁵⁶.

O Orfeu, de Cacá Diegues, define bem a forma popular como o cinema brasileiro trabalha a exclusão social, a pobreza, a violência e as favelas. O filme conta a história de Orfeu (Toni Garrido), compositor de uma escola de samba e morador de uma favela, que se apaixona por Eurídice (Patrícia França), mas tem que enfrentar a presença de Lucinho (Murilo Benício), chefe do tráfico local. Cacá transforma Orfeu em um astro pop e moderno, e carrega o filme de imagens belas e coloridas. “*O Orfeu*, que em princípio é uma tragédia, é um filme que trata desta esperança, da vitória da arte sobre a violência, da arte como relação humana superior...isso inclui esperança”⁵⁷, diz Cacá Diegues. E é assim que o novo cinema caracteriza o Brasil no final dos anos 90; um país de exclusão social, violência e pobreza, mas também de esperança, compaixão e solidariedade.

⁵⁴ SALLES, W. In: NAGIB, 2002, p. 420.

⁵⁵ Ibidem. p. 421

⁵⁶ BENTES. Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 8 de julho de 2001. Disponível em http://jbonline.terra.com.br/destaques/glauber/glaub_arquivo4.html. Acesso em 20 de junho de 2005.

⁵⁷ DIEGUES. In: AVILLA, 2002, p. 80.

4 - Cinema e Televisão

O ano de 1998 marca o auge da primeira fase do cinema da retomada, mas marcou também o início do esgotamento do modelo de incentivo a produção baseado na Lei do Audiovisual. O Brasil passa por uma crise econômica que afeta o poder de investimento das empresas, que parecem ainda perder o interesse pelo sistema de renúncia fiscal. Enquanto o modelo começava a dar sinais de fadiga, o cinema começa a buscar outras formas de apoio e parcerias. Em 1998 é criada a Globo Filmes, produtora ligada a Rede Globo de televisão e que visa aumentar a parceria entre o cinema e a TV. Essa parceria, assim como a criação da Ancine, em 2002, conseguem manter o crescimento da produção cinematográfica, além de aumentar o público nas telas de cinema.

No auge comercial do cinema brasileiro, as bilheterias significavam a maior fonte de renda para os produtores. Atualmente, os filmes têm um espaço de exibição cada vez maior em canais de televisão aberta e fechada, assim como na venda e aluguel de DVDs. Desta forma, a aliança com a televisão brasileira significa a abertura de uma nova fonte de renda para o cinema nacional, que sem nenhum gasto adicional pode escoar sua produção em outros meios. Além disso, a televisão brasileira detém um poder de divulgação que não pode ser subestimado, principalmente a rede Globo, que está entre os cinco maiores canais da televisão aberta do mundo.⁵⁸

Antes da criação da Globo Filmes, alguns filmes já experimentavam a parceria com a televisão na década de 90. O primeiro caso foi o inexpressivo *Sombras de Julho* (1996), de Marco Altberg, que não chegou a ser visto por mil espectadores nas telas de cinema. O filme foi co-produzido pela TV cultura e lançado inicialmente em formato de minissérie. Outro caso já citado é o filme *Guerra de Canudos*, primeira experiência da Rede Globo em participar de uma produção desde o projeto. O resultado deixou o diretor Sérgio Resende satisfeito: “Sobretudo porque eles pagaram um preço que nunca tinham pago até então e nunca mais vão pagar. Foi o maior preço que um filme brasileiro já conseguiu na televisão”⁵⁹. O apoio foi fundamental para a produção, a mais cara da história até o seu lançamento.

⁵⁸ REIS. Disponível em: www.minc.gov.br . Relatórios e Pesquisas. Acesso em 20: de fevereiro de 2005.

⁵⁹ REZENDE. In: NAGIB, 2002, p. 384.

Os números dos anos seguintes mostram a força que a Globo Filmes adquiriu no mercado cinematográfico brasileiro. O marco é o lançamento de *O auto da Compadecida* (2000), de Guel Arraes, primeiro filme totalmente produzido pela Globo Filmes. *O auto da compadecida* ultrapassou o número de 2 milhões de espectadores⁶⁰, tornando-se o maior sucesso de bilheteria do cinema nacional depois da década de 80, ao lado de *Xuxa requebra*, co-produção da Globo Filmes lançada no final de 1999. Em 2000, somando as duas produções, temos um público de 4,5 milhões de espectadores, de um total de 7,2 milhões. O percentual de ingressos nacionais vendidos chegou a 12%, maior marca desde o início da retomada.⁶¹

Em 2001 o cenário continua parecido: *Xuxa Popstar*, co-produção da Globo Filmes, termina o ano como maior bilheteria do cinema - 2,3 milhões de espectadores - mesmo concorrendo com filmes com *Shrek* e *O retorno da múmia*. As outras duas produções da Globo filmes no ano são *A partilha*, de Daniel Filho, com 1,4 milhões, e *Caramuru*, de Guel Arraes, com 250 mil. O público das três produções somados, cerca de 4 milhões, ultrapassa o total dos outros 20 filmes lançados no ano, pouco mais de 3 milhões.

No ano seguinte as produções da Globo Filmes novamente lideram os lançamentos nacionais: *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles, ultrapassa os 3 milhões de espectadores, e a Xuxa aparece novamente em *Xuxa e os duendes*, com um público de 2,6 milhões. O público total dos outros 28 lançamentos chegou a pouco mais de 1,5 milhão.

Em 2003 o cinema brasileiro volta a bater recordes de público: mais de 21 milhões de espectadores, o que correspondeu a 21% do total de ingressos vendidos. O desequilíbrio entre as produções com participação da Globo Filmes e as não Globo Filmes fica ainda mais evidente: as dez produções de maior bilheteria tem a participação da produtora, sendo que sete delas ultrapassam a marca de 1 milhão de espectadores. Os números tornam-se ainda mais significantes quando percebemos que a Globo Filmes só teve participação nessas dez produções. *Carandiru*, de Hector Babenco, lidera o ranking com 4.693.853 espectadores, seguido de *Lisbela e o prisioneiro*, de Guel Arraes, com 3.146.461, e *Os normais*, 2.977.641.

⁶⁰ Todos os números mencionados neste capítulo têm como fonte a Ancine e estão disponíveis no site www.ancine.gov.br.

⁶¹ FURTADO. Disponível no site <http://www.nao-til.com.br/nao-79/renascim.htm>.

As outras dezessete produções que não contaram com o apoio da Globo Filmes não somaram 1 milhão de espectadores as bilheterias. A média de público das produções Globo Filmes é cerca de 40 vezes superior as que não possuem participação da empresa.

Em 2004, a participação do cinema nacional nas bilheterias apresentou uma queda, ocupando 14% do total. Novamente as quatro maiores produções contaram com o apoio da Globo Filmes: *Cazuza – o tempo não para*, de Sandra Werneck e Walter Carvalho com 3.080.000 espectadores; *Olga*, com 3.070.000; *Sexo, amor e traição*, de Jorge Fernando, com 2.200.000; e *A dona da história*, com 1.270.000.

A presença da Globo Filmes no mercado cinematográfico é marcante, embora nem todas suas produções tenham obtido grande sucesso, caso de filmes como *Acquaria* (2003), de Flávia de Oliveira e protagonizado por Sandy e Junior, que não chegou a 1 milhão de espectadores; *O caminho das nuvens* (2003), de Vicente Amorim, com 214 mil; e *Casseta & Planeta, o filme – A taça do mundo é nossa* (2003), de Lula Buarque de Hollanda, primeiro filme do grupo de humoristas da TV Globo, que apesar da expectativa foi assistido por apenas 680 mil pessoas. Porém, quase todos os grandes sucessos tiveram a participação da empresa de nos últimos cinco anos, enquanto outras produções continuam com dificuldades para entrar no mercado.

O cinema brasileiro parece dividido entre produções Globo Filmes, que representam uma grande fatia nas bilheterias, e os filmes que não tem a participação da empresa, que correspondem a maioria dos lançamentos, mas não conseguem atingir o público. Podemos observar ainda que a produtora parece associar-se apenas a filmes que já tenham um certo potencial de mercado, embora isso não signifique ausência de riscos, mas é inegável o poder da empresa na divulgação e distribuição de filmes. A participação da Globo Filmes no mercado é tão significativa que podemos dizer que as produções que serão lembradas no futuro terão a marca da produtora. Assim com tivemos uma geração de sucesso que ficou conhecida como “era Embrafilme”, parecemos caminhar para uma “era Globo Filmes”.

4.1 - Cinema popular brasileiro

A influência da entrada da Globo Filmes no mercado cinematográfico parece clara, mas quais são as conseqüências dessa participação na estética, estilos e linguagem adotadas

nas obras dessa nova fase? A participação da televisão nas produções sempre foi vista com um certo preconceito, um medo de transformar o cinema brasileiro numa extensão do modelo das tele-novelas globais, e acabar com a diversidade da produção. Na realidade algumas dessas previsões de certa forma se concretizaram, mas não com o impacto negativo esperado. A diversidade dos filmes, característica da primeira fase da retomada, continua presente nas produções, mas não podemos dizer o mesmo nas telas de cinema. Cada vez mais os filmes que não possuem um apelo popular, ou o apoio da rede Globo, são relegados a um gueto, e muitas produções continuam nem chegando aos cinemas. Segundo dados da Ancine, em 2003, melhor ano do cinema nacional nas bilheterias, cerca de 20 produções finalizadas não puderam ser lançadas.⁶² Em contrapartida o cinema brasileiro começa a produzir verdadeiros *Blockbusters*: grandes produções de apelo popular, que conseguem grande sucesso de público. A primeira produção dessa nova fase é *O auto da compadecida* (2000), de Guel Arraes.

Em 1998, o diretor Guel Arraes lança, na rede Globo de televisão, *O auto da compadecida*, minissérie de quatro capítulos baseada na peça de Ariano Suassuna, defensor da cultura popular brasileira em oposição à globalizada nos tempos atuais. A minissérie conta as aventuras de uma dupla de pobres coitados formada por João Grilo (Matheus Natchergaele), um sertanejo pobre e mentiroso, e Chicó (Selton Mello), um dos homens mais covardes do mundo. Ambos lutam pelo pão de cada dia e atravessam por vários episódios enganando a todos da pequena cidade em que vivem. *O auto da compadecida* foi filmado em película, e durante as filmagens o diretor teve a idéia de leva-lo para as telas de cinema. O sucesso da minissérie foi grande e poucos acreditavam que poderia se repetir no cinema. ‘Foi um risco, mas deu certo e abriu uma nova possibilidade. Credito tudo ao Guel’⁶³, conta o ator Selton Melo.

Para chegar ao cinema, Guel Arraes cortou mais de uma hora da produção original. O resultado levou aos cinemas mais de 2 milhões de espectadores, e deu início ao que o próprio diretor nomeou de “cinema popular brasileiro”. Normalmente são filmes simples, com temas populares, muitas vezes com uma linguagem próxima aos programas televisivos. Podemos ver nos grandes sucessos dos últimos anos a forte presença das comédias românticas, como A

⁶² LEITÃO; RANGEL. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/noticias/artigos/index.php?p=9758&more=1&c=1&pb=1>. Acesso em 19 de maio de 2005.

⁶³ MELO. In: NICOLAS, 2004, p. 146.

partilha; Sexo, amor e traição; A dona da história, Lisbela e o prisioneiro; e também de filmes baseados em séries ou programas de TV, como *Caramuru; Os normais; Casseta & Planeta, o filme – A taça do mundo é nossa*; e os filmes da Xuxa e dos Trapalhões, que sempre foram bem sucedidos e agora voltam a ter uma produção de quase um filme por ano. Ainda estão previstas as adaptações para o cinema de *A grande família* e *O Sítio do Pica-pau amarelo*. Segundo Guel Arraes, “os novos filmes retratam o país para os brasileiros, fazem filmes mais comerciais, talvez fruto da formação profissional, pois são pessoas que fizeram televisão, publicidade, tem facilidade para se comunicar com o público. O acabamento técnico é melhor”⁶⁴.

O próprio diretor deu continuidade a fórmula de sucesso utilizada em *O auto da compadecida*. Seu segundo longa, *Caramuru – a invenção do Brasil*, foi novamente uma transposição para o cinema de uma minissérie da Globo, que conta a história de Diogo (Selton Melo), um jovem pintor português que é deportado e acaba sem querer no Brasil. O filme não obteve o sucesso esperado, levando pouco mais de 200 mil pessoas aos cinemas. Em 2003 Guel Arraes lançou seu terceiro filme, *Lisbela e o prisioneiro*, primeiro produzido diretamente para o cinema, embora baseado num especial de TV da década de 90. Para o diretor, a única diferença é o sistema de produção: “Nas opções técnicas, na direção, não vejo diferença. Faria igual se fosse para televisão. A diferença é mais de estrutura e menos de estética”.

Embora muitas críticas sejam feitas à linguagem televisiva adotada em boa parte dessas produções, muitos bons filmes foram feitos nesse novo “Cinema popular brasileiro”, *O auto da compadecida* é um bom exemplo, assim como *Lisbela e o prisioneiro*. Quando questionado sobre a qualidade e a originalidade dessa leva de filmes, Guel Arraes cita o caso de seu último filme.

*A idéia é que seja um cinema que divirta o público, mas não o adormeça. Quer dizer, que lance mão de alguma estratégia culta também. Fizemos algumas sessões de pré-estréia do filme com público menos intelectualizado. E uma das coisas que eles mais gostaram foi a nossa idéia dos três finais, que a gente até temeu que pudesse ficar meio complicado. Acho que a gente pode ousar um pouco mais.*⁶⁵

⁶⁴ ARRAES. Disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT586651-1661,00.html>. Acesso em 14 de junho de 2005.

⁶⁵ ARRAES. Disponível em <http://cineweb.com.br/entrevistas/default.asp?idcoluna=365>. Acesso em 14 de junho de 2005.

O homem que Copiava, de Jorge Furtado, é outro exemplo de criatividade. O filme passa por vários gêneros e estilos, do policial a comédia romântica, numa linguagem fragmentada, numa referência ao seu personagem principal, André (Lázaro Ramos), operador de máquina de xerox que passa os dias lendo trechos de textos. “A nossa época também é toda de fragmentação da informação. A gente fica zapeando na TV, na Internet... Por isso tudo, o André é alguém no limite da esquizofrenia”⁶⁶, explica Furtado. O filme mostra também uma tentativa de aproximação com o público jovem, com personagens e problemas da nova geração: “Na dramaturgia, há muito poucos personagens jovens”⁶⁷, conta o diretor.

O apoio da Globo Filmes às produções de maior apelo popular, apostando em adaptações de programas de TV, comédias românticas e filmes com atores ou diretores de renome, pode significar a limitação na diversidade do cinema atual, mas foi em grande parte responsável pelo aumento do público nas bilheterias. Nem sempre ser popular é pejorativo. Com criatividade e talento, alguns cineastas conseguem fazer filmes inteligentes, divertidos e originais, buscando um diálogo com o público e sem medo de ser popular. Podemos dizer que o “cinema popular brasileiro” nos proporcionou alguns filmes memoráveis, assim como outros muitos que serão esquecidos no tempo.

4.2 - Hiper-realidade brasileira

O cinema popular brasileiro, as comédias românticas e os filmes baseados em programas televisivos parecem dominar as bilheterias do cinema nacional no início deste novo século. Curiosamente, os dois maiores sucessos de público seguem uma tendência oposta, um cinema que se volta novamente para os excluídos, porém, com uma perspectiva diferente da apresentada nos primeiros filmes da retomada, como *Central do Brasil*. A esperança dá lugar à brutalidade e à violência estilizada nos filme *Cidade de Deus* (2002), de Fernando Meirelles, e *Carandiru* (2003), de Hector Babenco.

Baseado no romance homônimo de Paulo Lins, *Cidade de Deus* conta a história a evolução do tráfico de drogas nas favelas do Rio de Janeiro dos anos 60 aos 80, e as opções da juventude entre o crime e o trabalho, através da vida de dois garotos: Buscapé, menino que

⁶⁶ FURTADO. Disponível em <http://cineweb.com.br/entrevistas/default.asp?idcoluna=276>. Acesso em 14 de junho de 2005.

⁶⁷ Ibidem.

sonha ser fotógrafo e narra a história, e Dadinho, que mais tarde torna-se o maior e mais violento traficante da região. Na visão do garoto Buscapé o filme relata uma série de relatos verídicos da violência na favela de Cidade de Deus.

A forma estilizada como são tratadas as cenas de violência no filme geraram polêmica. O diretor Fernando Meirelles possui uma linguagem influenciada pela sua atuação em vídeos publicitários, assim como tantos outros cineastas da nova geração. “Como todos os comerciais são rodados em película, nós pudemos ir experimentando novas técnicas, filtros, e tudo que aparecia de novidade”⁶⁸, explica o Meirelles. O resultado é um filme com uma edição dinâmica, muitos movimentos de câmera e uma produção impecável. O tratamento espetacular dado às cenas de violência, de miséria e pobreza, provocou críticas quanto a ética dessa nova estética, como as feitas por Ivana Bentes:

*O interdito modernista do Cinema Novo, algo como "não gozarás com a miséria do outro", que criou uma estética e uma ética do intolerável para tratar dos dramas da pobreza, vem sendo deslocado pela incorporação dos temas locais (tráfico, favelas, sertão) a uma estética transnacional: a linguagem pós-MTV, um novo-realismo e brutalismo latino-americano, que tem como base altas descargas de adrenalina, reações por segundo criadas pela montagem, imersão total nas imagens. Ou seja, as bases do prazer e da eficácia do filme norte-americano de ação onde a violência e seus estímulos sensoriais são quase da ordem do alucinatório, um gozo imperativo e soberano em ver, infligir e sofrer a violência*⁶⁹.

Ivana critica o consumo e circulação de imagens de pobreza e violência, e continua defendendo sua idéia de “cosmética da fome”. Fernando Meirelles se defende dizendo que o que Ivana Bentes chama de “cosmética da fome” é na verdade um sinal de evolução técnica do cinema brasileiro, e não uma questão estética.

*Nego (sic) adora pegar no meu pé porque faço publicidade. Esse papo é velho e os argumentos demonstram enorme desinformação sobre publicidade e sobre cinema. Fazem tanto sentido como defender as locomotivas a vapor. Provavelmente os foguistas ainda defendem*⁷⁰

⁶⁸ MEIRELLES. Disponível em <http://www2.uol.com.br/revistadecinema/edicao29/cidadedededeus/index.shtml>. Acesso em 15 de junho de 2005.

⁶⁹ BENTES. Disponível em <http://www.consciencia.net/2003/08/09/ivana.html>. Acesso em 7 de junho de 2005.

⁷⁰ MEIRELLES. Disponível em <http://www2.uol.com.br/revistadecinema/edicao29/cidadedededeus/index.shtml>. Acesso em 15 de junho de 2005.

Cidade de Deus foi visto por 3,3 milhões de pessoas no Brasil. No exterior obteve um reconhecimento que nenhum outro filme brasileiro havia conseguido, sendo indicado em quatro categorias no Oscar: melhor diretor, melhor roteiro adaptado, melhor montagem e melhor fotografia. Foi a primeira vez que uma produção brasileira competiu em categorias consideradas técnicas, que normalmente são reservadas às grandes produções americanas.

O veterano cineasta Hector Babenco não pode ser comparado aos novos diretores, que fizeram escola na publicidade ou nos videoclipes. Porém, podemos ver em *Carandiru* muitas semelhanças ao filme de Fernando Meirelles. Baseado no livro *Estação Carandiru* de Draúzio Varela, o filme tem uma relação com a realidade parecida com a de *Cidade de Deus*. Hector Babenco explica sua escolha: “Tenho ojeriza a filmes piedosos. Daí minha opção pelo realismo que chega ao hiper-realismo. Gosto desta realidade que olha para a gente. Há no filme um critério de total respeito pelos personagens. Não há manipulação para este ou aquele tipo de emoção”⁷¹.

Carandiru retrata o cotidiano dos internos da maior prisão da América latina, sob a perspectiva de um médico que frequentou a casa de detenção por 12 anos. Várias histórias se entrelaçam ao mostrar a vida dos presidiários, e o massacre de 111 presos em 1992, numa chacina que marcou a história do país.

Carandiru foi uma superprodução, que custou cerca de R\$ 10 milhões, mas alcançou 4,7 milhões de espectadores somente no Brasil, tornando-se a maior bilheteria depois da retomada do cinema brasileiro. O hiper-realismo defendido pelo diretor e presente também em *Cidade de Deus* parece agradar ao público tanto quanto o chamado “cinema popular brasileiro”, e mostra que existem outros caminhos possíveis para esse novo cinema, que cada vez mais parece ligado ao poder de divulgação da televisão. Os dois filmes contaram com o apoio da Globo Filmes e fizeram o caminho inverso de *O auto da compadecida*, sendo adaptados para séries televisivas após o lançamento. O filme de Fernando Meirelles gerou para a TV *Cidade dos Homens* e recentemente foi lançado uma minissérie com outras histórias do presídio Carandiru.

⁷¹ BABENCO. Disponível em <http://www.br.com.br>. Acesso em 15 de junho de 2005.

5 - Conclusão

Ao longo do trabalho descrevemos os pontos principais do processo conhecido como “retomada do cinema brasileiro”, procurando entender os motivos pelo qual o cinema nacional recuperou-se da crise instalada no final da década de 80 e traçando um panorama da produção cinematográfica no período. Ao analisarmos o trabalho podemos chegar a muitas conclusões sobre o desenvolvimento do cinema brasileiro, algumas óbvias outras mais subjetivas, e nessa conclusão teceremos algumas considerações importantes, sem intenção de esgotar o assunto.

Como vimos no primeiro capítulo, é fundamental o papel do estado na produção cinematográfica brasileira. O fechamento da Embrafilme levou a produção à quase zero, e mais tarde as leis de incentivo fiscal, principalmente a Lei do Audiovisual, causaram o crescimento da produção em meados da década de 90. Neste ponto poderíamos concluir que as políticas públicas para o cinema no período foram positivas e ajudaram a promover a produção de filmes no Brasil. Uma análise mais profunda nos mostra que a realidade é um pouco diferente. Quando criada, a Lei do Audiovisual visava desenvolver a indústria cinematográfica nacional, e torna-la independente do subsídio governamental. Para isso a Lei prevê uma participação mínima de 20% de recursos próprios no orçamento das produções e transfere para as empresas a escolha dos projetos beneficiados, dessa forma incentivando a iniciativa privada a investir no cinema brasileiro. Neste sentido a Lei do Audiovisual foi um fracasso – o cinema nacional continua dependente do incentivo governamental e, prevendo uma parada na produção semelhante a do início da década de 90, a Lei que deveria ser extinta em 2003 foi prorrogada até 2006. Embora as empresas tenham entrado no campo decisório, o dinheiro obtido através da renúncia fiscal continua sendo do governo.

Como foi mostrado ainda no primeiro capítulo, as políticas de incentivo praticadas pelo governo estão presas ao ultrapassado modelo adotado pela Embrafilme, que foi incapaz de criar um mercado para o cinema brasileiro e promover um desenvolvimento sustentável para o setor. O governo continua dando enfoque no incentivo à produção de filmes que quase nunca conseguem obter retorno nas bilheterias. É uma falta de coerência investir dinheiro na produção de um filme, e depois abandona-lo, sem dar apoio à divulgação, distribuição e exibição do produto final. Muitos filmes de qualidade deixaram de chegar ao grande público em consequência dessa falta de apoio. O investimento público perde o seu valor na medida

que não ajuda a promover a iniciativa privada, pois nenhuma empresa investiria o próprio capital em um negócio deficitário, nem se caracteriza como apoio cultural, já que o produto final não chega as telas, ou seja, não beneficia a população. O governo deve buscar formas de levar o cinema brasileiro ao público, e para isso é necessário dar maior atenção aos problemas de distribuição e exibição, assim como trabalhar a divulgação dos filmes produzidos. O investimento na produção continua sendo importante para manter a indústria ativa e deve continuar, mas o governo não deve gastar milhões em filmes com orçamento elevado que não serão exibidos. O mesmo dinheiro gasto em uma grande produção poderia ser investido em vários filmes documentários ou de menor orçamento, que serviriam para aumentar a experiência dos profissionais do setor, além de incentivar novos cineastas. Muitos diretores começaram fazendo documentários, como Walter Salles.

A Lei do Audiovisual foi importante para a retomada da produção, mas faltando um ano para o término de sua validade, é interessante levantar o debate sobre sua eficácia, seus problemas, e que novos caminhos podem ser tentados para tornar este ciclo de crescimento em um processo contínuo de desenvolvimento. A criação da Ancine foi também um passo positivo, assim como a mudança de mentalidade do governo, que vem defendendo o “choque de capitalismo”. O incentivo do governo é necessário para o desenvolvimento do cinema nacional, mas não podemos esquecer o ideal de auto-suficiência da indústria cinematográfica nacional. Esperamos que as políticas públicas para a área de audiovisual possam ser reavaliadas, pensando principalmente em formas de expandir o mercado para os filmes nacionais.

O sucesso do cinema brasileiro não depende somente da ação do governo. Durante os primeiros anos da retomada percebemos uma tentativa de busca pela reconquista do público por parte de muitos cineastas. Foi um período de experiências, de muitos erros e acertos. A maioria não conseguiu superar as dificuldades impostas por um mercado dominado pelo produto americano, mas alguns filmes foram muito bem sucedidos, como *Carlota Joaquina*, *O que é isso companheiro* e *Central do Brasil*. Ficou claro no momento que as tentativas de fazer um cinema globalizado deveriam se resumir ao processo de lançamento e divulgação dos filmes, e não deveria influenciar a linguagem e a temática. O local é mais interessante que o global e tentar imitar padrões externos é um erro.

A televisão tornou-se uma grande aliada na busca pelo público interno. A entrada da Globo Filmes no mercado gerou uma era de *blockbusters* nacionais, com filmes que chegaram a desbancar grandes lançamentos de Hollywood nas bilheteiras, como *Cidade de Deus*. Embora sejam feitas críticas a estética dessas novas produções, é inegável o aumento da qualidade técnica dos filmes brasileiros. A produção atual é uma demonstração de que é possível, com criatividade, talento e profissionalismo, fazer filmes bem-sucedidos comercialmente sem comprometer a qualidade artística. Muitos cineastas da nova geração têm orgulho de fazer um cinema popular, e buscam cada vez mais o diálogo com o público. Essa visão pode contribuir muito para o crescimento do público nos cinemas. A entrada da Globo Filmes demonstrou também a importância da divulgação dos filmes pela televisão. A maior parte da população não tem acesso a revistas, jornais e muito menos a internet, enquanto a televisão está presente em quase todos os lares. O cinema brasileiro deve buscar cada vez mais esse apoio, quem sabe outras emissoras não possam criar seu departamento de cinema, e assim contribuir para a produção.

O momento é crucial para o cinema nacional. Passada a euforia do crescimento da produção, é hora de aproveitar o momento e buscar alternativas para fortalecer a indústria cinematográfica nacional. Para isso se faz necessária uma ação conjunta entre governo, cineastas e iniciativa privada. A análise do cinema brasileiro no período estudado nesta monografia pode ajudar a pensar como deve ser pensado o cinema nacional nos próximos anos. Espero que este material possa servir de apoio para novos trabalhos que queiram se aprofundar no tema.

6 – Referências

- AVILA, Roberto D'. *Os cineastas: conversas com Roberto D'Avila*. Rio de Janeiro: Bom Texto, 2002.
- BENTES, Ivana. '*Cosmética da fome*' marca cinema do país. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 8 de julho de 2001. Disponível em: <http://jbonline.terra.com.br/destaques/glauber/glaub_arquivo4.html>. Acesso em 20 de junho de 2005.
- _____. '*Cidade de Deus*' promove turismo no inferno. *Estado de S. Paulo*, 31 de agosto de 2002. Disponível em: <<http://www.consciencia.net/2003/08/09/ivana.html>>. Acesso em 7 de junho de 2005.
- CAETANO, Maria do Rosário. *Cidade de Deus: O debate da exclusão social em primeiro plano*. *Revista do Cinema*, n° 29. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/revistadecinema/edicao29/cidadededeus/index.shtml>>. Acesso em 10 de junho de 2005.
- CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e Cidadãos; Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- FARIAS, Roberto. *Política Cultural para la Integración*. In: II Encuentro Brasil Argentina. *Anais eletrônicos...*Buenos Aires, 1999. Disponível em: <<http://www.cinemabrasil.org.br/rffarias/embrasil.doc>>. Acesso em 20 de junho 2005.
- FURTADO, Jorge. *O renascimento do cinema brasileiro acabou. E agora?*. *O Não*, n° 79. Disponível em: <<http://www.nao-til.com.br/nao-79/renascim.htm>>. Acesso em 14 de junho de 2005.
- JOHNSON, Randal. *Departing from Central Station: Notes on the Reemergence of Brazilian Cinema*. *The Brazil e-Journal* (publicação da embaixada brasileira em Washington, DC), 2000. Disponível em http://www.brasilemb.org/profile_brazil/brasil_ejournal_randal.shtml. Acesso em 19 de junho de 2005.
- _____. *The film industry in Brazil: culture and state*. Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, 1987.
- LEITÃO, Sérgio Sá; RANGEL, Manoel. *Da retomada ao choque de capitalismo*. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/noticias/artigos/index.php?p=9758&more=1&c=1&pb=1>>. Acesso em 19 de maio de 2005.
- MINISTÉRIO DA CULTURA. Secretaria do Audiovisual. *Relatório de Atividades - Cinema, Som e Vídeo: 1995.2002*. Disponível em: <<http://www.minc.gov.br/relats/relats.htm>> Acesso em 20 de dezembro de 2004.

NAGIB, Lúcia. *O cinema da retomada: Depoimentos de 90 cineastas dos anos 90*. São Paulo: Editora 34, 2002.

NICOLAS, Isabella Souza (org.). *O Cinema Brasileiro no Século XX: Depoimentos*. Rio de Janeiro: Petrobras Distribuidora, 2004.

RAMOS, Fernão (org.). *História do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Círculo do Livro, 1987.

_____; MIRANDA, Luiz Felipe. *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: Senac, 2000.

REIS, Eustáquio. *Economia do Cinema na Brasil*. Disponível em: <www.minc.gov.br> Relatórios e Pesquisas. Acesso em 20 de fevereiro de 2005.

SOUSA, Ana Paula. *Uma estética para o cinema brasileiro*. Revista do Cinema, n° 31. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/revistadecinema/edicao31/estetica/index.shtml>>. Acesso em 2 de março de 2005.